

## TESI DOCTORAL

# Les polítiques turístiques en el marc de la reestructuració de les destinacions litorals. Avaluació dels plans d'excel·lència turística al litoral català



Autora:  
Lorena Beas Secall

Director:  
Dr. Salvador Anton Clavé

Tutor:  
Dr. Enric Olivé Serret



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

TARRAGONA

2009

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

Lorena Beas Secall

**Les polítiques turístiques en el marc de la  
reestructuració de les destinacions litorals. Avaluació  
dels plans d'excel·lència turística al litoral català**

---

TESI DOCTORAL

dirigida pel Dr. Salvador Anton Clavé  
(Unitat Predepartamental de Geografia)  
tutoritzada pel Dr. Enric Olivé Serret  
(Departament d'Història i Història de l'Art)



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

TARRAGONA  
2009

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI  
ESCOLA UNIVERSITÀRIA DE TURISME I OCI

C/ de Joanot Martorell, 15  
43480 Vila-seca  
Tel. +34 977 39 52 94  
Fax +34 977 39 29 39  
euto@urv.net

Salvador Anton Clavé, professor titular de la Unitat Predepartamental de Geografia de la Universitat Rovira i Virgili

CERTIFICO:

Que aquest treball, titulat "Les polítiques turístiques en el marc de la reestructuració de les destinacions litorals. Avaluació dels plans d'excel·lència turística al litoral català" que presenta Lorena Beas Secall per a l'obtenció del títol de Doctor, ha estat realitzat sota la meua direcció i tutoritzat pel Dr. Enric Olivé Serret, del Departament d'Història i Història de l'Art.

Tarragona, 5 de març de 2009

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

**Fotografies portada: Lorena Beas Secall**

**Fotografia gran:** Platja Llarga de Salou (adequació de l'entorn de la Platja Llarga, any 2004)

**Fotografies petites** (d'esquerra a dreta):

- Les Torretes de Calella de Mar (rehabilitació per part del pla d'excel·lència turística de les antigues torres de telègraf, any 2005)
- Passeig de Lloret de Mar (remodelació del passeig marítim, tram Sa Caleta, per part del pla d'excel·lència turística, any 2005)
- Auditori Pau Casals de El Vendrell (obres de condicionament de l'edifici per part del pla d'excel·lència turística, any 2004)
- Plaça d'Europa de Salou (millora de la imatge i instal·lació de torres d'il·luminació per part del pla d'excel·lència turística, any 2004)
- Rètol informatiu a la Platja del Regueral de Cambrils (nova senyalització de les platges realitzada pel pla d'excel·lència turística, 2004)

## SUMARI

<b>AGRAÏMENTS</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓ</b> .....	5
1. Hipòtesi general i objectius d'investigació .....	8
2. Metodologia i fonts.....	10
2.1 Àmbit territorial .....	10
2.2 Metodologies bàsiques.....	13
2.2.1 L'anàlisi factorial de components principals .....	13
2.2.2 El mètode Delphi .....	21
3. L'estructura de la investigació.....	30
<b>PART I. LES NOVES DINÀMIQUES DE LES DESTINACIONS. MARC ANALÍTIC I INSTRUMENTS DE POLÍTICA I GESTIÓ TURÍSTICA</b>	
<b>CAPÍTOL 1. EL COMPORTAMENT I LES TRANSFORMACIONS DELS ESPAIS TURÍSTICS. MARCS ANALÍTICS</b> .....	35
1. El cicle de vida de les destinacions turístiques.....	35
1.1 Aproximació al model de Butler.....	37
1.2 Problemes en l'aplicabilitat del model de Butler .....	50
2. L'aplicació de la teoria de la reestructuració als nuclis turístics per part d'Agarwal .....	59
3. Vincles conceptuals entre les propostes d'interpretació .....	73
<b>CAPÍTOL 2. LA RESPOSTA DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA: LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPANYOLA I CATALANA DES DE LA DÈCADA DELS NORANTA</b> .....	76
1. Les polítiques públiques amb incidència turística.....	76
1.1 La política econòmica i social.....	78
1.2 La política territorial .....	81
1.3 La política mediambiental i cultural .....	90
2. La política turística espanyola.....	98
2.1 La situació recessiva de l'activitat turística a finals dels vuitanta .....	99
2.2 La política turística estatal des de la dècada dels noranta.....	103

2.2.1 El Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures I (1992-1995) .....	105
2.2.2 El Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures II (1996-1999) .....	108
2.2.3 El Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol o PICTE (2000-2006).....	111
2.2.4 El Pla del Turisme Espanyol Horitzó 2020 .....	117
2.3 La incidència de les polítiques de la Unió Europea en les polítiques espanyoles sobre turisme i desenvolupament .....	124
3. La política turística regional catalana.....	134
3.1 El Llibre Blanc del Turisme a Catalunya (1983) .....	135
3.2 El Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya (1992).....	137
3.3 La Llei de Turisme de Catalunya (2002) .....	140
3.4 El Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010) .....	144
<b>CAPÍTOL 3. L'EXCEL·LÈNCIA I LA QUALITAT EN LA GESTIÓ DE LES DESTINACIONS.....</b>	<b>154</b>
1. Els plans d'excel·lència turística .....	155
1.1 Gènesi i evolució .....	158
1.2 Característiques .....	166
2. Els plans d'excel·lència com a objecte d'estudi .....	176
2.1 Aportacions metodològiques .....	177
2.2 Aportacions analítiques .....	185

## **PART II. LA DINÀMICA TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ**

<b>CAPÍTOL 4. LES FORMES D'IMPLANTACIÓ TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ .....</b>	<b>195</b>
1. L'anàlisi de variables socioeconòmiques i turístiques .....	198
2. Caracterització dels municipis i tipologies resultants.....	213
<b>CAPÍTOL 5. L'EVOLUCIÓ TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ.....</b>	<b>226</b>
1. El comportament turístic del litoral català .....	226

2. L'evolució de les principals destinacions litorals catalanes en funció de l'oferta .....	232
2.1 Destinacions turístiques expansives.....	237
2.2 Destinacions turístiques progressives .....	248
2.3 Destinacions turístiques estacionàries .....	262
3. Síntesi .....	269
<b>CAPÍTOL 6. LES ESTRATÈGIES DE REESTRUCTURACIÓ .....</b>	<b>272</b>
1. Renovació de les destinacions i qualificació dels establiments .....	272
2. Singularització .....	279
2.1 Equipaments recreatius: parcs aquàtics i parcs temàtics .....	282
2.2 Oferta esportiva: els camps de golf i les estacions nàutiques.....	285
2.3 Oferta de congressos.....	290
2.4 Oferta de salut .....	292
2.5 Marques d'especialització .....	293
3. Sostenibilitat .....	295
3.1 Limitació del creixement urbanístic.....	296
3.2 Recuperació i posada en valor dels recursos naturals i culturals.....	300
3.3 Implantació d'instruments de planificació i gestió turística sostenibles	307
4. El lideratge dels municipis amb pla d'excel·lència turística .....	314
 <b>PART III. ELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ. CONTEXT I AVALUACIÓ</b>	
<b>CAPÍTOL 7. EL CONTEXT SOCIOECONÒMIC I TURÍSTIC.....</b>	<b>319</b>
1. El marc territorial .....	319
2. L'evolució i l'estructura demogràfica .....	325
3. L'estructura productiva i l'especialització funcional.....	336
<b>CAPÍTOL 8. APLICACIÓ DEL MÈTODE DELPHI A L'ESTUDI DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ.....</b>	<b>347</b>
1. Anàlisi per cada pla d'excel·lència turística.....	348
1.1 Lloret de Mar.....	348
1.2 Calella de Mar .....	352

1.3 Sitges .....	357
1.4 El Vendrell .....	362
1.5 Salou .....	366
1.6 Cambrils .....	371
2. Impacte dels plans sobre la dinàmica de les destinacions .....	374
3. Avaluació de les actuacions.....	392
3.1 Condicionament i millora de platges .....	392
3.2 Recuperació urbanística.....	395
3.3 Dotació d'equipaments i millora d'accessos.....	401
3.4 Diversificació, enriquiment de l'oferta i medi ambient .....	407
3.5 Màrqueting i comunicació.....	413
3.6 Gestió, dinamització empresarial i formació.....	417
4. Tipologia d'actuacions segons la seva dimensió .....	419
<b>CONCLUSIONS .....</b>	<b>435</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>449</b>
<b>ANNEXOS.....</b>	<b>475</b>
Annex I. Indicadors demogràfics, econòmics i turístics dels municipis del litoral català .....	475
Fitxa 1. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de la població (1960-1991/1991-2004).....	475
Fitxa 2. Població autòctona dels municipis del litoral català (2001) .....	479
Fitxa 3. Índex població estacional màxima dels municipis del litoral català (2001) .....	483
Fitxa 4. Balanç laboral dels municipis del litoral català (2001).....	487
Fitxa 5. Quocient de localització de l'ocupació turística dels municipis del litoral català (2001).....	491
Fitxa 6. Classificació dels municipis del litoral català segons l'anàlisi Shift-Share (1991-2001) .....	495
Fitxa 7. Taxa variació atur dels municipis del litoral català (2004) .....	499

Fitxa 8. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de les places hoteleres (1991-96/1996-2001/2001-2004) .....	503
Fitxa 9. Taxa funció turística dels municipis del litoral català (2004) .....	508
Fitxa 10. Taxa hotelera dels municipis del litoral català (2004).....	511
Fitxa 11. Taxa campista dels municipis del litoral català (2004) .....	515
Fitxa 12. Taxa funció residencial dels municipis del litoral català (2001)...	519
Fitxa 13. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera mitjana dels municipis del litoral català (1994-2004).....	523
Fitxa 14. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera alta dels municipis del litoral català (1994-2004) .....	527
Annex II. Els plans d'excel·lència turística. Mètode Delphi: procediment i model d'entrevista.....	531
a) Caracterització de la destinació .....	532
b) Valoració del pla d'excel·lència .....	534
c) Valoració dels impactes del pla d'excel·lència .....	536
d) Valoració global.....	538
Annex III. Registre de persones entrevistades .....	539
1. Lloret de Mar .....	539
2. Calella de Mar .....	540
3. Sitges .....	541
4. El Vendrell .....	542
5. Salou .....	543
6. Cambrils .....	544
Annex IV. Resultats mètode Delphi .....	545
a) Caracterització de la destinació .....	545
b) Valoració del pla d'excel·lència .....	547
c) Valoració dels impactes del pla d'excel·lència .....	552
d) Valoració global.....	553

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



## ÍNDIX DE QUADRES

Quadre 0.1 Variables.....	15
Quadre 0.2 Variables seleccionades.....	21
Quadre 0.3 Tècniques d'avaluació de les polítiques públiques.....	23
Quadre 0.4 Estructura del qüestionari.....	27
Quadre 0.5 Procedència dels experts .....	28
Quadre 1.1 Síntesi dels resultats de l'anàlisi de la demanda i l'oferta a les Balears (1993-2000).....	44
Quadre 1.2 Síntesi sobre aplicacions del CVDT en destinacions turístiques de sol i platja, del nord d'Europa i la conca del Mediterrani.....	48
Quadre 1.3 Síntesi de les crítiques al CVDT recollides per Butler .....	54
Quadre 1.4 Estratègies i modalitats de reestructuració de les destinacions costaneres.....	60
Quadre 1.5 Estratègies de reestructuració en les destinacions de Minehead, Weymouth i Scarborough.....	61
Quadre 1.6 Estratègies de reestructuració en les destinacions del litoral mediterrani espanyol. Els exemples de Benidorm, Calvià, Sitges, Torroella de Montgrí-L'Estartit, Lloret de Mar i Salou.....	64
Quadre 2.1 Instruments de planificació territorial i sectorial amb incidència turística sobre els espais litorals del mediterrani espanyol .....	85
Quadre 2.2 Figures de protecció per comunitats autònomes.....	92
Quadre 2.3 Plans i programes del Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol (1992-1995).....	106
Quadre 2.4 Plans i programes del Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol (1996-1999) o Pla Futures II.....	109
Quadre 2.5 Directrius del Pla d'Estratègies i Actuacions .....	111
Quadre 2.6 Programes i actuacions del Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol (2000-2006).....	114
Quadre 2.7 Eixos, objectius i accions del Pla de Turisme Espanyol 2008-2012 .....	120
Quadre 2.8 Actuacions en matèria de turisme finançades per la UE al litoral mediterrani espanyol (2000-2006).....	131
Quadre 2.9 Competències en turisme derivades de l'article 171 .....	134

Quadre 2.10 Programes del Pla Integral per a la Competitivitat en Turisme de Catalunya .....	139
Quadre 2.11 Lleis Generals Autonòmiques d'Ordenació del Turisme .....	141
Quadre 2.12 Programes i accions del Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010).....	146
Quadre 2.13 Programes i accions del Pla de Desenvolupament Turístic (PLADETUR).....	150
Quadre 3.1 Plans d'excel·lència turística desenvolupats amb el Pla Futures I (1992-1995).....	159
Quadre 3.2 Plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats amb el Pla Futures II (1996-1999).....	160
Quadre 3.3 Plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats amb el PICTE (2000-2006) .....	161
Quadre 3.4 Plans de Foment o Cooperació Turística (2001-2006).....	165
Quadre 3.5 Distribució i concentració del plans d'excel·lència turística litorals (1992-2006).....	168
Quadre 3.6 Inversió dels plans d'excel·lència turística (1992-2006), per comunitats autònomes .....	171
Quadre 3.7 Responsabilitats dels agents implicats en el desenvolupament d'un pla d'excel·lència .....	174
Quadre 3.8 Grups tipològics de plans d'excel·lència i dinamització turística ....	179
Quadre 3.9 Plans d'excel·lència i dinamització turística (1992-1999), segons els grups tipològics establerts al quadre 3.8.....	180
Quadre 3.10 Divisió de les actuacions entre grups primaris i secundaris .....	183
Quadre 3.11 Aportacions analítiques sobre els plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats a Espanya.....	187
Quadre 4.1 Test de Kaiser-Meyer-Olkin i de Bartlett.....	200
Quadre 4.2 Variància total explicada.....	200
Quadre 4.3 Matriu de factors no rotada.....	201
Quadre 4.4 Matriu de factors rotada.....	202
Quadre 4.5 Identificació de càrregues factorials significatives depenent de la mostra.....	203
Quadre 4.6 Matriu de factors rotada.....	203

Quadre 4.7 Puntuacions factorials .....	206
Quadre 4.8 Classificació de les puntuacions factorials .....	213
Quadre 4.9 Tipologies de municipis litorals catalans .....	216
Quadre 4.10 Relació i característiques de les tipologies de municipis del litoral català .....	224
Quadre 5.1 Proporció de pernотacions en establiments hotelers a les províncies de Tarragona, Barcelona i Girona (1993-1999), en funció de la seva procedència .....	230
Quadre 5.2 Esquema del comportament tendencial de les pernотacions en establiments hotelers per a les províncies de Tarragona, Barcelona i Girona ..	231
Quadre 5.3 Destinacions litorals catalanes seleccionades en funció de l'especialització funcional, de la seva capacitat d'acollida i de la tinença de pla d'excel·lència turística .....	233
Quadre 5.4 Etapes del cicle de vida de l'oferta hotelera en les principals destinacions turístiques catalanes.....	270
Quadre 6.1 Figures de planejament general de les principals destinacions litorals catalanes .....	274
Quadre 6.2 Directrius que afecten al planejament de les principals destinacions litorals catalanes.....	276
Quadre 6.3 La presència de la Q de Qualitat en les principals destinacions turístiques litorals catalanes .....	277
Quadre 6.4 Evolució dels equipaments turístics en les principals destinacions litorals catalanes (1984-2008) .....	281
Quadre 6.5 Oferta de camps de golf a Espanya .....	285
Quadre 6.6 Oferta de camps de golf i variants en les principals destinacions litorals catalanes.....	287
Quadre 6.7 Oferta d'estacions nàutiques a Espanya .....	289
Quadre 6.8 Nombre d'hotels amb sales de reunions .....	291
Quadre 6.9 Les principals destinacions turístiques litorals catalanes certificades amb la marca Destinació Familiar i Destinació Esportiva.....	294
Quadre 6.10 Modalitats esportives que han proporcionat el certificat de Destinació Esportiva.....	295
Quadre 6.11 Actuacions del Pla Especial de Protecció del Patrimoni Ambiental, Paisatgístic i Històric- artístic.....	303

Quadre 6.12 Situació dels Plans d'Acció Locals .....	308
Quadre 6.13 Empreses turístiques registrades al sistema EMAS.....	312
Quadre 6.14 Empreses turístiques amb el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental.....	313
Quadre 7.1 Taxes de creixement interanuals de la població de dret als municipis amb pla d'excel·lència turística (%), període 1950-2001.....	330
Quadre 7.2 Població segons la relació entre el lloc de residència i el lloc de naixement (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 .....	331
Quadre 7.3 Població d'origen estranger segons nacionalitat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 .....	332
Quadre 7.4 Estructura de la població per grans grups d'edat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 .....	336
Quadre 7.5 Llocs de treball localitzats per branques d'activitat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, anys 1986 i 2001 .....	340
Quadre 7.6 Balanç laboral (LTL/ POR) dels municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 .....	343
Quadre 7.7 Renda bruta familiar disponible dels municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 .....	344
Quadre 7.8 Taxa d'atur i la seva variació en els municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 i 2004 .....	346
Quadre 8.1 Fitxa tècnica del procés d'avaluació dels plans d'excel·lència turística a través del mètode Delphi.....	348
Quadre 8.2 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Lloret de Mar. Període d'anàlisi febrer-juny 2005.....	352
Quadre 8.3 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Calella de Mar. Període d'anàlisi febrer-juny 2005.....	357
Quadre 8.4 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Sitges. Període d'anàlisi febrer-juny 2005 .....	361
Quadre 8.5 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de El Vendrell. Període d'anàlisi febrer-juny 2005 .....	366
Quadre 8.6 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Salou. Període d'anàlisi febrer-juny 2005 .....	370
Quadre 8.7 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Cambrils. Període d'anàlisi febrer-juny 2005 .....	374

Quadre 8.8 Comportament de les destinacions i avaluació dels plans excel·lència turística dels municipis litorals catalans. Síntesi de les valoracions coincidents .....	389
Quadre 8.9 Actuacions desenvolupades en el marc dels plans d'excel·lència de Lloret de Mar, Calella de Mar, Sitges, El Vendrell, Salou i Cambrils.....	421

## ÍNDIX DE QUADRES (ANNEXOS)

Quadre 1. Qüestionari sobre les principals fortaleses i debilitats de la destinació .....	532
Quadre 2. Qüestionari sobre el sector empresarial turístic de la destinació .....	533
Quadre 3. Qüestionari sobre el paper de l'administració local de la destinació .....	533
Quadre 4. Qüestionari sobre el nivell de coneixement del pla d'excel·lència de la destinació .....	534
Quadre 5. Qüestionari sobre el nivell de coneixement de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	534
Quadre 6. Qüestionari sobre el nivell d'utilització de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	535
Quadre 7. Qüestionari sobre el nivell de satisfacció de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	535
Quadre 8. Qüestionari sobre el paper del sector privat en el desenvolupament del pla d'excel·lència de la destinació .....	536
Quadre 9. Qüestionari sobre l'impacte territorial del pla d'excel·lència de la destinació .....	536
Quadre 10. Qüestionari sobre l'impacte social del pla d'excel·lència de la destinació .....	537
Quadre 11. Qüestionari sobre l'impacte turístic del pla d'excel·lència de la destinació .....	537
Quadre 12. Qüestionari sobre la valoració global del pla d'excel·lència de la destinació .....	538
Quadre 13. Persones entrevistades Lloret de Mar .....	539
Quadre 14. Persones entrevistades Calella de Mar .....	540
Quadre 15. Persones entrevistades Sitges .....	541

Quadre 16. Persones entrevistades El Vendrell.....	542
Quadre 17. Persones entrevistades Salou.....	543
Quadre 18. Persones entrevistades Cambrils.....	544
Quadre 19. Resultats qüestionari sobre les principals fortaleses i debilitats de la destinació .....	545
Quadre 20. Resultats qüestionari sobre el sector empresarial turístic de la destinació .....	546
Quadre 21. Resultats qüestionari sobre el paper de l'administració local de la destinació .....	546
Quadre 22. Resultats qüestionari sobre el nivell de coneixement del pla d'excel·lència de la destinació .....	547
Quadre 23. Resultats qüestionari sobre el nivell de coneixement de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	548
Quadre 24. Resultats qüestionari sobre el nivell d'utilització de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	549
Quadre 25. Resultats qüestionari sobre el nivell de satisfacció de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació .....	550
Quadre 26. Resultats qüestionari sobre el paper del sector privat en el desenvolupament del pla d'excel·lència de la destinació .....	551
Quadre 27. Resultats qüestionari sobre els impactes territorials, socials i turístics del pla d'excel·lència de la destinació .....	552
Quadre 28. Resultats qüestionari sobre la valoració global del pla d'excel·lència de la destinació.....	553

## ÍNDIX DE FIGURES

Figura 0.1 Fases de desenvolupament del mètode Delphi .....	25
Figura 1.1 El model del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler ..	36
Figura 1.2 Model alternatiu al del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (1980), per a un procés de desenvolupament sostenible de les destinacions.....	41
Figura 1.3 Model descriptiu i predictiu de desenvolupament turístic d'una destinació .....	46
Figura 1.4 Patrons de cicles de vida alternatius.....	51
Figura 1.5 El model d'evolució de l'espai turístic segons Miossec (1977) .....	56
Figura 1.6 El model d'evolució de l'espai turístic segons Chadeaud (1987) .....	57
Figura 1.7 El model de formació dels nuclis turístics de sol i platja segons Smith (1992) .....	58
Figura 2.1 Evolució de la planificació turística espanyola des de la dècada dels noranta .....	112
Figura 3.1 Principis bàsics d'un pla d'excel·lència turística.....	157
Figura 3.2 Distribució de les inversions per tipus d'actuacions justificades (1992-2006), en els plans d'excel·lència turística espanyols .....	172
Figura 4.1 Gràfic de sedimentació.....	200
Figura 5.1 Evolució de les pernотacions en establiments hotelers a la província de Tarragona i del percentatge de places dels municipis de Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (1975-2004) .....	228
Figura 5.2 Evolució de les pernотacions en establiments hotelers a la província de Girona i del percentatge de places dels municipis de Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar i Blanes (1975- 2004).....	229
Figura 5.3 Evolució de les pernотacions en establiments hotelers a la província de Barcelona i del percentatge de places dels municipis de Calella de Mar i Sitges (1975- 2004).....	229
Figura 5.4 Evolució de les places hoteleres a Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Blanes, Calella de Mar, Sitges, Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (1959-2005) .....	234
Figura 5.5 Evolució del nombre d'habitatges de potencial ús turístic a L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Blanes, Calella de Mar, Sitges i Vila-seca (< 12.000 habitatges de potencial ús turístic).....	236

Figura 5.6 Evolució del nombre d'habitatges de potencial ús turístic a Roses, Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (> 12.000 habitatges de potencial ús turístic).....	236
Figura 5.7 Platja de Lloret (principis del segle XX).....	237
Figura 5.8 Primers turistes a la Platja Gran de Calella de Mar (principis del segle XX).....	238
Figura 5.9 Xalet Bonet, Salou (principis del segle XX).....	239
Figura 5.10 Evolució de les destinacions turístiques de Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)...	243
Figura 5.11 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Calella de Mar (1978-2005).....	244
Figura 5.12 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Lloret de Mar (1989-2005).....	246
Figura 5.13 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Salou (1988-2005).....	247
Figura 5.14 Platja de Roses (1930).....	248
Figura 5.15 Primers xalets a S'Agaró (anys trenta).....	249
Figura 5.16 Vista de la ciutat de Blanes (1929).....	250
Figura 5.17 Platja de Garraf, Sitges (1929).....	251
Figura 5.18 Evolució de les destinacions turístiques de Roses i Castell-Platja d'Aro, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005).....	252
Figura 5.19 Evolució de les destinacions turístiques de Blanes i Sitges, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005) .....	253
Figura 5.20 Inici de les urbanitzacions L'Estrella de Cambrils, Cambrils Platja, Les Platges del Sud, La Dorada Platja, Tarraco, El Dorado i Cambrils Mediterrani (1976) .....	254
Figura 5.21 Evolució de les destinacions turístiques de Vila-seca i Cambrils, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005).....	255
Figura 5.22 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Sitges (1977-2005).....	256
Figura 5.23 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Roses (1985-2005).....	257
Figura 5.24 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Blanes (1994-2005).....	258



Figura 5.25 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Castell-Platja d'Aro (1990-2005).....	259
Figura 5.26 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Vila-seca (1995-2005) .....	260
Figura 5.27 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Cambrils (1990-2005).....	261
Figura 5.28 Ruïnes d'Empúries i Hotel Villa Teresita (principis del segle XX) ..	262
Figura 5.29 Balneari Brisamar, Coma-ruga/ El Vendrell (anys vint).....	263
Figura 5.30 Segur de Calafell (1965) .....	264
Figura 5.31 Evolució de les destinacions turístiques de L'Escala, Calafell i El Vendrell a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005).....	265
Figura 5.32 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de El Vendrell (1978-2005).....	267
Figura 5.33 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Calafell (1976-2005).....	268
Figura 5.34 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de L'Escala (1992-2005).....	268
Figura 6.1 Croquis de Port Aventura .....	283
Figura 6.2 Sectors desclassificats a sòl no urbanitzable en el nou Pla d'Ordenació Urbana Municipal de Lloret de Mar (2006) .....	297
Figura 6.3 Espai protegit de Les Madrigueres a Sant Salvador/ El Vendrell, pel PDUSC (2004).....	300
Figura 6.4 Els cinc eixos del patrimoni de Roses.....	302
Figura 6.5 Reserva Marina Masia Blanca (El Vendrell).....	305
Figura 7.1 Índexs d'evolució de la població de dret als municipis amb pla d'excel·lència turística (1950-2001).....	326
Figura 7.2 Naturalesa de la població per edat i sexe dels municipis amb pla d'excel·lència turística (2001) .....	333
Figura 8.1 Percepció de les principals forteses de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística .....	375
Figura 8.2 Percepció de les principals debilitats de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística .....	377
Figura 8.3 Valoració del sector empresarial turístic de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística .....	378

Figura 8.4 Valoració del paper de l'administració local sobre les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística durant els darrers deu anys .	379
Figura 8.5 Percepció del nivell de coneixement del plans d'excel·lència turística del litoral català.....	380
Figura 8.6 Percepció del nivell de coneixement de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista.....	381
Figura 8.7 Valoració del nivell d'utilització de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista.....	382
Figura 8.8 Valoració del nivell de satisfacció de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista.....	382
Figura 8.9 Percepció del paper del sector privat en el desenvolupament dels plans d'excel·lència turística del litoral català.....	384
Figura 8.10 Valoració dels impactes territorials dels plans d'excel·lència turística del litoral català.....	385
Figura 8.11 Valoració dels impactes socials dels plans d'excel·lència turística del litoral català .....	386
Figura 8.12 Valoració dels impactes turístics dels plans d'excel·lència turística del litoral català.....	387
Figura 8.13 Valoració global dels plans d'excel·lència turística del litoral català .....	388
Figura 8.14 Edifici central de salvament, mòdul de socorrisme i senyalització de platges a la Platja del Regueral (Cambrils) .....	393
Figura 8.15 Punt d'oci infantil, dutxes, passarel·les i papereres a la Platja del Regueral (Cambrils) .....	394
Figura 8.16 Zona esportiva a la Platja del Regueral (Cambrils).....	394
Figura 8.17 Accés Platja del Capellans i ludoteca a la Platja de Llevant (Salou) .....	395
Figura 8.18 Plaça de Sant Vicenç Ferrer (Calella de Mar) .....	396
Figura 8.19 Zona enjardinada a l'Avinguda de Tossa (Lloret de Mar) .....	397
Figura 8.20 Plaça del Doctor Adler (Lloret de Mar) .....	397
Figura 8.21 Plaça de la Constitució (Calella de Mar) .....	398
Figura 8.22 Carrer Sant Pere (Lloret de Mar).....	399
Figura 8.23 Passeig de Lloret de Mar, tram Sa Caleta .....	400
Figura 8.24 Senyalització dels allotjaments turístics (Lloret de Mar) .....	402

Figura 8.25 Senyalització d'una parada del trenet turístic situada a l'Avinguda de la Diputació (Cambrils).....	402
Figura 8.26 Senyalització (El Vendrell).....	403
Figura 8.27 Patronat de turisme al Xalet Torremar (Salou) .....	404
Figura 8.28 Oficina de turisme central, Lloret Turisme (Lloret de Mar) .....	404
Figura 8.29 Torres d'il·luminació a la Plaça d'Europa (Salou) .....	405
Figura 8.30 Auditori Pau Casals (El Vendrell) .....	406
Figura 8.31 Carril bici a l'Avinguda Països Catalans (Cambrils).....	406
Figura 8.32 Les Torretes (Calella de Mar).....	408
Figura 8.33 El Molí de les Tres Eres (Cambrils) .....	409
Figura 8.34 Els Jardins de Santa Clotilde (Lloret de Mar).....	409
Figura 8.35 Xarxa de camins (El Vendrell) .....	411
Figura 8.36 Les Cuines de El Vendrell (El Vendrell).....	411
Figura 8.37 Senyalització: "Un passeig per Salou" (Salou).....	412
Figura 8.38 Restauració del Barranc de la Verge del Camí (Cambrils).....	413
Figura 8.39 Web turística de El Vendrell .....	414
Figura 8.40 Marca turística de Sitges.....	415
Figura 8.41 Revistes dels plans d'excel·lència de Calella de Mar i El Vendrell.	416
Figura 8.42 Tríptic informatiu del Pla de Gestió i Millora de la Qualitat Turística de Sitges.....	417
Figura 8.43 Local de la Promotora Turística (El Vendrell) .....	419
Figura 8.44 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Lloret de Mar (1999-2002) .....	426
Figura 8.45 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Calella de Mar (1998-2001) .....	427
Figura 8.46 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Sitges (2003-2006) .....	428
Figura 8.47 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell (2001-2005).....	430
Figura 8.48 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1999-2003).....	431
Figura 8.49 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Cambrils (1999-2003).....	432

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## ÍNDIX DE MAPES

Mapa 0.1 Municipis litorals amb pla d'excel·lència turística .....	12
Mapa 3.1 Els plans d'excel·lència turística (1992-2006) .....	167
Mapa 4.1 Factor 1: Turisme Residencial.....	210
Mapa 4.2 Factor 2: Turisme Hoteler.....	211
Mapa 4.3 Factor 3: Dinamisme Econòmic.....	212
Mapa 4.4 Tipologies de municipis litorals catalans .....	217

## ÍNDIX DE MAPES (ANNEXOS)

Mapa 1. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de la població (1960-1991/1991-2004).....	478
Mapa 2. Població autòctona dels municipis del litoral català (2001) .....	482
Mapa 3. Índex població estacional màxima dels municipis del litoral català (2001) .....	486
Mapa 4. Balanç laboral dels municipis del litoral català (2001).....	490
Mapa 5. Quocient de localització de l'ocupació turística dels municipis del litoral català (2001).....	494
Mapa 6. Classificació dels municipis del litoral català segons l'anàlisi Shift Share (1991-2001) .....	498
Mapa 7. Taxa variació atur dels municipis del litoral català (2004) .....	502
Mapa 8. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa les places hoteleres (1991-96/1996-2001/2001-2004).....	507
Mapa 9. Taxa funció turística dels municipis del litoral català (2004) .....	510
Mapa 10. Taxa hotelera dels municipis del litoral català (2004).....	514
Mapa 11. Taxa campista dels municipis del litoral català (2004) .....	518
Mapa 12. Taxa funció residencial dels municipis del litoral català (2001).....	522
Mapa 13. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera mitjana dels municipis del litoral català (1994-2004).....	526
Mapa 14. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera alta dels municipis del litoral català (1994-2004).....	530

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## AGRAÏMENTS

M'agradaria donar les gràcies a totes aquelles persones que de manera directa o indirecta han contribuït a que aquesta tesi esdevingui una realitat.

En primer lloc, vull agrair al meu director de tesi, el Dr. Salvador Anton Clavé, per ajudar-me a definir el que s'ha convertit en la meva línia d'investigació, així com per les seves aportacions i correccions, que han estat nombroses, especialment en els moments en que encara quedava molt camí per recórrer. També, al Dr. Enric Olivé Serret, per acceptar ser el tutor de la present recerca. Ha estat un orgull i privilegi tenir-los com a director i tutor.

En particular al Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics i en general a la Universitat Rovira i Virgili, on he estat vinculada durant aquests darrers deu anys, com alumna, becària predoctoral i professora. Gràcies per haver-me donat l'oportunitat de formar-me, tant des de la vessant acadèmica, professional com personal, a més del recolzament, suggeriments i interès mostrat pels membres del grup recerca entorn els avenços de la investigació\*.

La meva gratitud també es dirigeix a totes aquelles persones que van acceptar ser entrevistades i que amb la dedicació del seu temps van fer possible el treball empíric de la present tesi. Sense oblidar el suport tècnic i documental de les següents institucions: la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada, el Centre de Documentació de l'Institut d'Estudis Turístics d'Espanya i la Biblioteca de Comerç i Turisme de Catalunya.

Al professorat i personal de l'Escola Universitària de Turisme i Oci (URV), per haver-me animat a continuar.

Per últim, desitjo expressar una gratitud especial als meus pares i germana, la seva comprensió i suport moral han estat fonamentals; als familiars i amics per la seva preocupació i paciència; i a la meua parella pel temps i esforços dedicats, gràcies per estar sempre al meu costat.

---

\* Aquesta tesi s'ha realitzat en el marc dels següents projectes:

-Evaluación de los efectos de los cambios en el modelo turístico español sobre los destinos turísticos litorales. D.G.I./SEJ2005-05677/GEOG.

-Innovación territorial y modelos de desarrollo en destinos turísticos litorales. Análisis a diferentes escalas espaciales. Ministerio de Ciencia e Innovación/CSO2008-01699/GEOG.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



# INTRODUCCIÓ

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## **INTRODUCCIÓ**

L'activitat turística és un dels motors de l'economia catalana. L'any 2005 va ocupar 379.000 treballadors, que representen un 10,71% de la població activa i que converteixen Catalunya com la comunitat autònoma espanyola amb major nombre d'ocupats en el sector turístic (IET, 2005). Catalunya és també la destinació que més visitants estrangers rep de l'Estat espanyol (el 25,7% del total), a certa distància de les Balears (17,3%), Canàries (16,4%) i Andalusia (14,6%), on totes elles el producte estrella és el sol i la platja (Frontur, 2006). Pel que fa a la despesa, Catalunya es situa en segon lloc (19,14%), per darrera de Canàries (22,11%). A banda dels fluxos turístics internacionals, també s'han de destacar, per la seva contribució econòmica els fluxos procedents de la resta de l'Estat espanyol. De fet, segons l'Institut d'Estudis Turístics d'Espanya (Familitur, 2006), Catalunya es troba entre les tres destinacions preferides dels espanyols per realitzar les vacances, ja que amb un 14,10% és el segon espai més freqüentat, entre Andalusia (17,87%) i València (11,06%). De forma complementària, el turisme intern català genera 4.521.000 turistes, valor que s'incrementa fins als 15.378.000 de turistes, si es té en compte les persones que s'allotgen en segones residències.

Pel que fa a l'oferta turística, Catalunya concentra una part significativa del volum de places hoteleres de l'Estat espanyol (277.137 places), només superada per les Balears (326.608 places), mentre que ostenta amb diferència la primera posició en quant a l'oferta de càmpings (336.684 places). L'oferta d'allotjament es completa amb les segones residències, on amb les seves 2.317.244 places, Catalunya constitueix la segona destinació espanyola per darrera de València amb 2.538.387 places (Anuari Estadístic d'Espanya 2008 i Cens de Població i Habitatges 2001, INE).

Respecte altres regions europees, Catalunya és la primera pel que fa a l'oferta d'allotjament turístic, ja que disposa de 611.891 places (hotels 276.774 i càmpings 335.117), seguida per Provence-Alpes-Côte d'Azur amb 555.192 i Rhône-Alpes amb 511.267. En relació a la demanda turística (considerant únicament turistes estrangers allotjats en hotels i càmpings), es col·loca en el tercer lloc europeu amb 8.965.350 turistes, tan sols superada per Île de France

(14.475.408) i la regió austríaca de Westösterreich (10.089.973), però per davant del conjunt de països com Grècia (7.748.208) o Croàcia (5.552.321), estats mediterranis competidors (Eurostat, 2007).

El destacat posicionament que ha assolit Catalunya en el mercat turístic mundial té el seu origen a principis dels anys seixanta amb la irrupció del turisme de masses de sol i platja. Elements com l'abundància de recursos, la millora de les infraestructures de transport i comunicació, el menor cost de vida respecte als països emissors, l'atracció pel tipisme espanyol (tòpics com el flamenc, els braus i la paella) i el suport governamental, que veia en el turisme una forma de progrés econòmic i de millora de la imatge política, van ser claus pel seu desenvolupament turístic. La implantació turística es focalitzà en diversos punts del litoral català, preferentment a la Costa Brava i la Costa Daurada, creant una hipertròfia turística d'aquestes zones en comparació la resta del territori, situació lògica donada la modalitat predominant i la conformitat dels turistes amb el producte ofert.

L'activitat turística al litoral català continuà experimentant un fort creixement territorial fins a mitjans dels vuitanta, quan el sector turístic assoleix quotes de saturació importants, tant des del punt de vista de les infraestructures com mediambientalment. Aquesta circumstància, afegida als canvis en els gustos de la demanda i l'aparició de noves destinacions competidores, amb atractius similars però a preus inferiors, provocaren l'estancament i la crisi del sector (Cals, 1991; López Palomeque, 1996).

Davant aquesta conjuntura, l'administració pública catalana es va veure obligada a intervenir, conscient de les repercussions negatives que podia ocasionar sobre l'economia i la societat en general. En un primer moment amb l'elaboració de documents de diagnòstic i posteriorment amb el disseny d'instruments de planificació turística, fins aleshores escassos i poc operatius. El govern autonòmic va encarregar l'elaboració del Llibre Blanc de Turisme a Catalunya (1983) i a principis dels noranta, el Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya (1992), estudis de diagnòstic que tenien com a finalitat servir de base per a orientar la política turística catalana. La tasca de planificació turística s'inicia amb el document Reforçament de l'Avantatge Competitiu, que conté el Pla Integral per la Competitivitat en Turisme a

Catalunya (1992), el qual és substituït tretze anys més tard pel vigent Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010). De forma paral·lela, l'administració central va construir un marc general que havia de servir de referència d'aquestes polítiques turístiques autonòmiques i locals, a través dels dos Plans Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol, Pla Futures I (1992-1995) i Pla Futures II (1996-1999), passant pel Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol (2000-2006), fins l'actual Pla de Turisme Espanyol (2008-2012).

Les directrius plantejades per la política turística de l'administració catalana i central, conjuntament amb les actuacions implantades per l'empresariat turístic, han contribuït a la recuperació de la competitivitat del sector a partir de la dècada dels noranta. Entre les principals iniciatives es troba la incorporació nous elements dins dels espais de sol i platja, com els parcs aquàtics i temàtics, resorts amb camps de golf i habitatges unifamiliars, estacions nàutiques, etc.; però també amb el desenvolupament de modalitats com el turisme rural, natural, cultural, urbà i de negocis; que si bé han servit per ampliar el mapa turístic, han acabat reforçant les destinacions litorals com a oferta complementària. De fet, la diversificació i diferenciació dels productes s'ha convertit en una de les estratègies més comuns per bona part dels espais turístics catalans, bàsicament destinacions litorals consolidades, davant la necessitat de donar resposta a un turista més experimentat i exigent que busca quelcom més que sol i platja. D'altra banda, s'han implantat instruments de planificació a escala local com els plans d'excel·lència i els plans de dinamització turística, el sector privat ha modernitzat i qualificat les seves instal·lacions, s'han creat marques d'especialització en determinats segments de mercat (Destinació Turística Esportiva i la Destinació Turística Familiar). A més d'actuacions de reordenació urbana, millora de la qualitat dels serveis turístics ("Q" de Qualitat) i aplicació de sistemes de gestió mediambientals (Municipi Turístic Sostenible i l'Agenda Local 21). En definitiva, iniciatives que tenen com a objectiu redefinir el model turístic català de sol i platja, que ben lluny d'estar esgotat, es troba en un estadi de transició cap a un nou model turístic caracteritzat per una major eficiència, eficàcia, visió integradora, flexibilitat i capacitat d'adaptació (Anton, 2001, 2002 i 2004 b).

L'èxit de les destinacions litorals catalanes, el seu reposicionament en el mercat i el creixement global en nombre de places i turistes és una realitat (deixant de banda l'excepció significativa del turisme urbà de Barcelona, que amb el 29,25% de la demanda global i 17,22% de l'oferta reglada s'ha convertit en la primera destinació turística catalana). Les marques turístiques litorals (sense la marca Barcelona) rebien l'any 2005 el 57,34% de la demanda (61,15% de la demanda estrangera, el 44,97% dels turistes de la resta de l'Estat i el 59,19% del turisme català), aglutinaven el 75,88% de l'oferta reglada (hotels, càmpings i turisme rural) i concentraven el 67,61% de les segones residències. Més específicament, els municipis estrictament litorals (sense la marca turística Barcelona) disposaven en el 2005 del 69,63% de l'oferta reglada (62,90% de les places hoteleres, el 79,78% de les places de càmping i el 4,65% de les places de turisme rural) i el 52,53% de les segones residències (any 2001), valors que donen una idea clara del pes turístic d'aquest espai, on es situen dos destinacions d'importància internacional com Lloret de Mar i Salou (Catalunya Turística en Xifres 2005, ETC; Cens de Població i Habitatges 2001, INE).

## 1. HIPÒTESI GENERAL I OBJECTIUS D'INVESTIGACIÓ

El model turístic tradicional de sol i platja català es troba en una etapa de redefinició des de finals dels vuitanta. La seva simplicitat basada en el binomi sol i platja, el grau de saturació assolit en un entorn turístic de masses, conjuntament amb les deficiències en infraestructures i serveis heretades d'un desenvolupament poc controlat, són condicions que no responen a les pautes de consum de la demanda turística actual. Aquesta situació ha obligat a l'administració a elaborar una sèrie d'instruments de política i gestió turística, que són el marc de partida per a la formulació d'estratègies i actuacions dirigides a renovar i donar complexitat als espais turístics.

En aquest sentit, es planteja com hipòtesi general que **les polítiques turístiques han servit per reorientar i revitalitzar l'activitat turística del litoral català**. Complementàriament, s'estableixen necessàriament una sèrie de hipòtesis parcials que completen i donen resposta a la principal:

- Les transformacions que s'han produït en el model de desenvolupament turístic de les destinacions litorals catalanes són conseqüència de la crisi del turisme massiu de sol i platja.

- La diversitat de les destinacions turístiques al litoral català, definides per la intensitat de l'activitat i el model d'implantació territorial, ha requerit del disseny d'actuacions d'intervenció diferenciades.
- Els plans d'excel·lència turística, han estat una oportunitat per algunes destinacions de sol i platja catalanes per tal de reposicionar-se en el mercat.

Per demostrar les diferents hipòtesis s'han plantejat els següents objectius d'investigació:

- Estudiar quins són els canvis que s'han produït en el model de desenvolupament turístic del litoral català, a partir de dos marcs analítics: el model de cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (1980) i l'aplicació de la teoria de la reestructuració als nuclis turístics per part d'Agarwal (2002).
- Analitzar el paper i la intervenció de l'administració pública estatal i catalana des de la dècada dels noranta, en el procés de planificació i gestió de polítiques turístiques.
- Aproximar-se al comportament del fenomen turístic en el litoral català, prenent com a referència el cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler i com unitat espacial d'anàlisi les principals destinacions turístiques d'aquest àmbit.
- Classificar els municipis litorals de Catalunya en tipologies, per tal de conèixer els principals trets socioeconòmics i turístics que diferencien i caracteritzen les destinacions.
- Examinar quines han estat les estratègies de millora i reestructuració de les principals destinacions turístiques del litoral català, a partir de l'estudi de projectes concrets realitzats durant els darrers quinze anys.

Tot plegat serveix per contextualitzar l'anàlisi i avaluació dels plans d'excel·lència turística del litoral català, per tractar-se de l'exemple d'iniciativa pública més important sobre els municipis litorals madurs.

## **2. METODOLOGIA I FONTS**

En aquest apartat es tracten les escales d'anàlisi considerades per dur a terme la investigació, i en segon lloc, es descriuen les tècniques analítiques específiques que han fet possible l'estudi.

### **2.1 Àmbit territorial**

La investigació presenta dos nivells d'aproximació, un a escala regional, delimitat pel conjunt del litoral català (70 municipis sobre 946 de Catalunya), i un altre a escala local, definit pels límits administratius municipals.

El litoral català és un espai amb una elevada concentració i dinamisme demogràfic, que engloba 1.421.774 habitants sense la ciutat de Barcelona i 3.000.320 amb Barcelona, el que suposa el 20,89% o bé el 44,04% de la població de Catalunya, respectivament (Padró 2004, Idescat). El primer període de fort creixement poblacional d'aquest territori s'inicia durant la dècada dels seixanta, a l'esdevenir un destacat centre receptor de població, majoritàriament de la resta d'Espanya i de l'interior del principat, que es desplaçava atreta pels llocs de treball generats en el desenvolupament industrial i turístic. A partir de la dècada dels vuitanta, aquests fluxos migratoris són substituïts en bona mesura per les migracions laborals estrangeres, al mateix temps que adquireixen una major importància les migracions residencials, tant de població catalana com europea.

Des del punt de vista econòmic, és evident que el territori litoral té un paper fonamental en l'economia de Catalunya, en ell es troben el 17,24% dels llocs de treball localitzats (amb Barcelona la xifra s'incrementa fins un 46,52%); el 2,88% pertanyen al sector primari, 21,21% a l'industrial, el 19,12% a la construcció i el 56,79% als serveis (Cens de Població i Habitatges 2001, Idescat). Per tant, presenta una estructura productiva clarament terciaritzada, on el turisme té una funció destacada en la creació de riquesa i llocs de treball. Les dades de distribució espacial de l'oferta d'allotjament a Catalunya ho posen de manifest: el 64,43% de les places hoteleres, el 78,44% de càmpings i el 52,70% de segones residències es situen en el litoral. Si es té en compte Barcelona, els percentatges augmenten en un 80% les places hoteleres i un 63,91% les segones residències,



mentre que es manté la proporció dels càmpings (Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis 2004, Departament de Comerç, Consum i Turisme).

L'escala regional serveix de marc de referència per conèixer de forma general les dinàmiques socioeconòmiques d'aquest espai, en especial les turístiques. Ara bé, l'anàlisi a escala local permet evidenciar com aquestes dinàmiques es materialitzen a nivell municipal i es tradueixen en comportaments demogràfics, laborals i turístics particulars.

Per altra banda, és en aquest àmbit que s'han desenvolupat la major part de les estratègies de reestructuració turística, com els plans d'excel·lència turística, que no són una excepció. De fet, un dels principis bàsics d'aquests plans ha estat el lideratge de l'administració local, fonamentat en quatre motius:

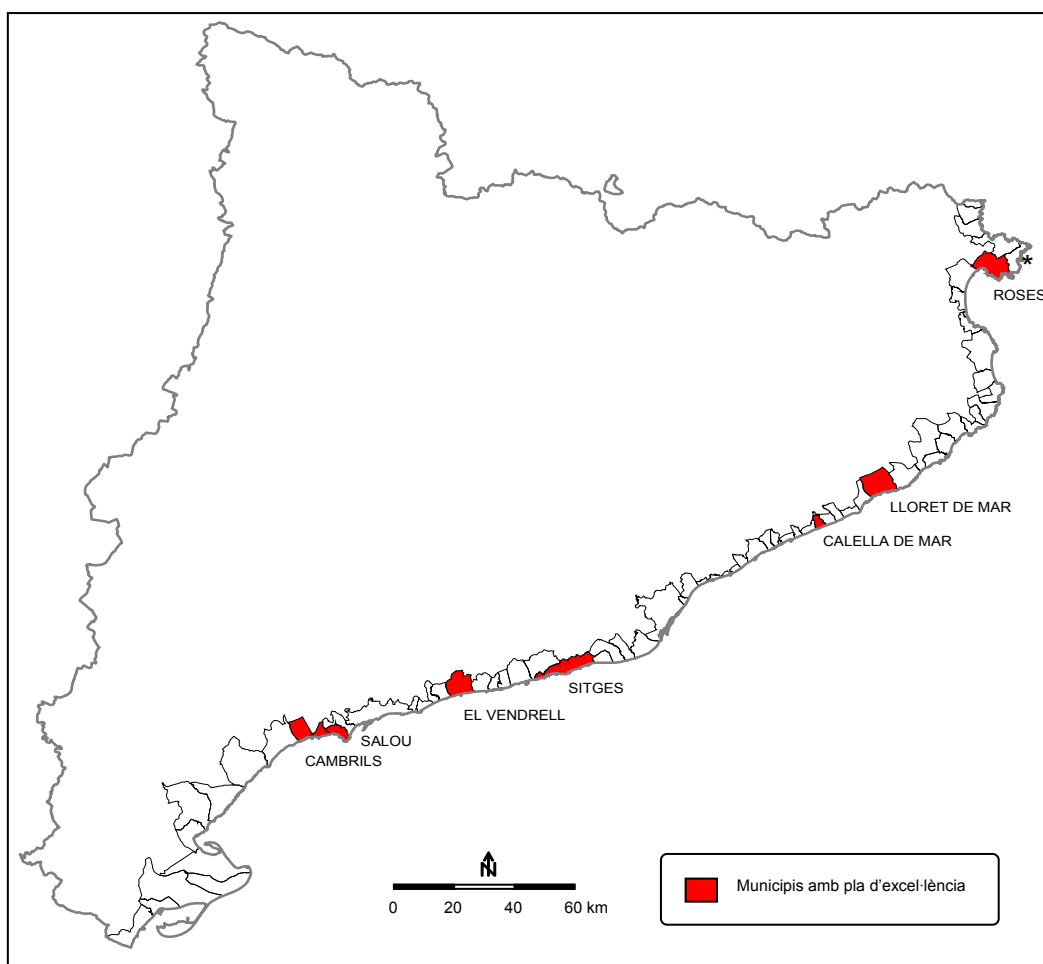
- Té múltiples competències imprescindibles per al desenvolupament de l'activitat turística (sanejament, urbanisme, medi ambient, gestió del patrimoni, etc.).
- Treballa en l'escala on es configura tradicionalment el producte turístic, compost d'una sèrie de recursos que el fan atractiu, i de tot un seguit de serveis i equipaments que permeten al turista gaudir dels recursos.
- La proximitat a la població, que permet fomentar la participació de tots els agents implicats en la definició del sector turístic.
- És el responsable de vetllar per la continuïtat de les actuacions en el temps.

En conseqüència, és pertinent l'anàlisi a escala local, però sense obviar les dinàmiques del conjunt del litoral i la seva visió global. Més en concret, pel que fa als plans d'excel·lència turística de nord a sud s'han implantat els següents: Roses i Lloret de Mar (Costa Brava), Calella (Costa del Maresme), Sitges (Costa del Garraf), El Vendrell, Salou i Cambrils (Costa Daurada). Les úniques marques que no han presentat cap pla d'excel·lència són la Costa de Barcelona i la de Terres de l'Ebre. En el primer cas, s'explica pel caràcter industrial dels seus municipis, excepte Barcelona, que si bé podria haver optat a un pla per ser ciutat turística amb un alt valor històric i monumental, no s'ajusta als criteris de selecció

per qüestions com: la magnitud de la destinació, l'elevada generació de riquesa que aporta aquesta activitat a la ciutat i la bona gestió en mans del Consorci de Turisme de Barcelona. Mentre que en el segon, s'entèn per l'escàs desenvolupament turístic de la zona, que requereix d'altres tipus d'iniciatives, com els plans de dinamització turística, dirigits a accelerar de forma sostenible el creixement del sector. De fet, Terres de l'Ebre des del 2005 ja compta amb una pla de dinamització turística.

Val a dir, d'altra banda, que en aquest estudi, tot i incloure Roses en l'anàlisi tipològica i comportament evolutiu, no s'ha aplicat el mètode d'anàlisi específica dels plans. El motiu ha estat la manca de col·laboració per part de l'administració local.

#### Mapa 0.1 Municipis litorals amb pla d'excel·lència turística



\* El municipi de Roses té pla d'excel·lència però no és analitzat amb el mètode Delphi.

Font: Elaboració pròpia.

## 2.2 Metodologies bàsiques

En aquest treball de recerca s'han utilitzat dues tècniques d'anàlisi diferents, una de quantitativa, l'anàlisi factorial de components principals, que ha servit per confeccionar una tipologia de municipis litorals catalans, mentre que l'estudi i avaluació dels plans d'excel·lència turística, s'ha basat en la realització d'enquestes a diferents agents implicats directa o indirectament en el sector turístic, seguint el mètode d'investigació qualitatiu Delphi.

A continuació es dona una explicació més extensa d'aquests dos processos metodològics i de les fonts d'informació necessàries.

### 2.2.1 L'anàlisi factorial de components principals

L'anàlisi factorial de components principals és una tècnica estadística multivariant, que té per finalitat resumir la informació continguda en una matriu de dades en un nombre reduït de factors, sense perdre informació rellevant.

#### A) Característiques

L'anàlisi factorial de components principals es defineix com una tècnica estadística que:

- Elimina la informació repetitiva continguda en un conjunt de variables.
- Transforma un conjunt de variables en un altre de més reduït anomenat factors, però conservant la mateixa informació.
- Simplifica l'anàlisi, seleccionant un nombre petit de factors que reproduïxen un elevat percentatge de variància.
- Permet determinar les dimensions subjacents de les relacions existents entre un conjunt de variables.

L'anàlisi compleix els criteris de parsimònia i d'interpretabilitat, segons els quals el model resultant ha de contenir el menor nombre d'elements possibles i alhora ser fàcilment comprensibles (Brunet Icart, et al. 2002). Per tant, una bona solució factorial ha de ser senzilla i comprensible.

A grans trets, els passos a seguir per a realitzar una anàlisi factorial de components principals són els següents:

1. Extracció dels factors necessaris per a representar les dades.
2. Rotació dels factors amb l'objectiu de facilitar la seva interpretació.
3. Interpretació i denominació dels factors.
4. Càlcul de les puntuacions factorials de cada subjecte o unitats d'anàlisi.

B) Selecció de les variables utilitzades per l'aplicació de la tècnica estadística factorial als municipis litorals catalans

Donat que el fenomen turístic i els seus efectes són complexos, es considera el mètode multivariant, i en concret la tècnica d'anàlisi factorial de components principals, com la més adequada per identificar espais turístics amb trets comuns i diferenciar-los de la resta de localitats especialitzades en altres activitats.

#### *B1. Identificació de variables rellevants*

La matriu de dades elaborada per a l'aplicació de l'anàlisi factorial inclou un total de catorze variables de diferent naturalesa. Aquestes dades també s'han utilitzat per fer un exercici descriptiu i cartogràfic de la situació socioeconòmica i turística dels setanta municipis que conformen el litoral català, que ha estat de gran utilitat a efectes interpretatius (veure fitxes Annex I).

Aquestes variables s'han classificat en tres àmbits: població, economia i turisme, tal com s'observa en el quadre 0.1.

**Quadre 0.1 Variables**

Àmbits	Variables
POBLACIÓ	Taxa Creixement Acumulativa Població (TCAP)
	Població Autòctona (PA)
	Índex Població Estacional Màxima (PEM)
ECONOMIA	Balanç Laboral (BL)
	Quocient Localització (QL)
	Índex Shift Share (SHIFT)
	Taxa Variació Atur (TVA)
TURISME	Evolució Places Hoteleres (EPH)
	Taxa Funció Turística (TFT)
	Taxa Hotelera (TH)
	Taxa Campista (TC)
	Taxa Funció Residencial (TFR)
	Taxa Creixement Acumulativa Places Categoria Mitjana (TCMH)
	Taxa Creixement Acumulativa Places Categoria Alta (TCAH)

Font: Elaboració pròpia.

**POBLACIÓ**

- **TCAP:** càlcul de la taxa de creixement acumulativa de la població per als períodes 1960-1991/1991-2004. Les dades del 1960 s'han obtingut del Nomenclator del 1960 (Biblioteca de la Delegació de l'Institut Nacional d'Estadística de Tarragona) ja que hi havia alguns municipis, que en aquell moment tenien nuclis de població que actualment estan segregats. Mentre que la població del 1991 procedeix del Cens de Població i Habitatges 1991 (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>) i la del 2004 del Padró Municipal (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>)

$$TCAP = \left( \left( \sqrt{\frac{població_{(2004)}}{població_{(1991)}}} \right) - 1 \right) \times 100 - \left( \left( \sqrt{\frac{població_{(1991)}}{població_{(1960)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

- **PA:** entesa com la població nascuda en el mateix lloc de residència. Dades extretes del Cens de Població i Habitatges 2001 (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>).

$$PA = \frac{població_{nascuda\_mateix\_municipi}}{Total\_població} \times 100$$

- **PEM:** població resident més la població no resident que pernocta en el municipi, en un moment donat. Les dades de població resident i el número de segones residències (aplicant un multiplicador de 4,5 per saber les places)<sup>1</sup> s'han obtingut del Cens de Població i Habitatges 2001 (explotat per l'Institut d'Estadística de Catalunya, <http://www.idescat.es>). Mentre que les places d'allotjament reglat (hotels i càmpings) del 2001 han estat facilitades per la Direcció General de Turisme de la Generalitat Catalunya.

$$PEM = \frac{\text{núm. places _ allotjament _ reglat _} + \text{núm. places _ segona _ residència}}{\text{Total _ població}}$$

## **ECONOMIA**

- **BL:** relaciona el nombre de treballadors amb els llocs de treball existents. Les dades utilitzades són la POR (Població Ocupada Resident) i els LTL (Llocs de Treball Localitzats)<sup>2</sup>, extreïdes del Cens de Població i Habitatges 2001 (explotat per l'Institut d'Estadística de Catalunya, <http://www.idescat.es>).

$$BL = \frac{LTL}{POR} \times 100$$

- **QL:** compara la magnitud d'un fenomen en una unitat territorial, respecte al mateix en un context més ampli. En aquest cas, l'anàlisi d'especialització funcional turística local, pren com a marc de referència

---

<sup>1</sup> Segons el directori d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada i la Fundació d'Estudis Turístics, es determina: 4,5 places per apartament turístic comercialitzats, que es pot extrapolar a les segones residències.

<sup>2</sup> La POR està formada per dos grups, els que viuen i treballen al municipi i els que viuen al municipi però treballen fora, coneguda per població de nit. Per altra banda, els LTL, és la suma dels que viuen i treballen al municipi més els que treballen al municipi però viuen fora, denominada població de dia.

el conjunt agregat de nuclis de la costa catalana. Les dades utilitzades són els llocs de treball localitzats totals i els llocs de treball localitzats turístics (ocupats en la branca de l'hostaleria; restauració i allotjament), procedents del Cens de Població i Habitatges 2001 (explotat per l'Institut d'Estadística de Catalunya, <http://www.idescat.es>).

$$QL = \left( \frac{LTL\_turístics\_municipi}{LTL\_Totals\_municipi} \right) / \left( \frac{LTL\_turístics\_litoralcatala}{LTL\_Totals\_litoralcatala} \right)$$

- **SHIFT:** mesura el grau d'influència de l'especialització de cada nucli en el creixement de la variable estudiada (l'efecte proporcional), respecte el comportament dels diferents nuclis en relació a la mitjana del sistema (efecte diferencial). S'han analitzat els LTL totals per a cadascun dels municipis, a partir dels Cens de Població i Habitatges del 1991 i 2001 (explotats per l'Institut d'Estadística de Catalunya, <http://www.idescat.es>)

$$Sp = \sum ni \left( Eit/Eio - Et/Eo \right) xEijo$$

$$Sd = \sum ni \left( Eijt - (Eit / Eio) xEijo \right)$$

- **TVA:** quocient entre el mes amb menor nombre d'aturats respecte al mes amb un major nombre. Les dades procedeixen del registre d'aturats mensual per a l'any 2004, que ofereix l'Observatori del Treball del Departament de Treball i Indústria de Catalunya (<http://www.gencat.net/treballindustria>).

$$TVA = \frac{mes\_menor\_núm.\_aturats}{mes\_major\_núm.\_aturats} \times 100$$

## **TURISME**

- **EPH:** càlcul de la taxa de creixement acumulativa de les places hoteleres per als períodes 1991-96/ 1996-2001/ 2001-2004. Les dades de places d'allotjament s'han obtingut a partir de les guies oficials d'hotels que publica el Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat

de Catalunya. No obstant, en aquestes guies apareix el nombre d'habitacions, per saber el nombre de places s'ha hagut d'aplicar el multiplicador x2, segons el directori d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada i la Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada.

$$TCAPH (1991-1996) = \left( \left( \sqrt[2]{\frac{\text{places\_hotelers\_}(1996)}{\text{places\_hotelers\_}(1991)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$TCAPH (1996-2001) = \left( \left( \sqrt[2]{\frac{\text{places\_hotelers\_}(2001)}{\text{places\_hotelers\_}(1996)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$TCAPH (2001-2004) = \left( \left( \sqrt[2]{\frac{\text{places\_hotelers\_}(2004)}{\text{places\_hotelers\_}(2001)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

- **TFT:** relació percentual existent entre la capacitat d'acollida en places (d'hotels i càmpings) d'un municipi i la seva població resident. Les dades de places d'hotels i càmpings procedeixen de l'Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis 2004 (Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya, <http://www.gencat.net/ctc/serveis/estudis>). Mentre que la població resident s'extreu del Padró Municipal 2004 (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>).

$$TFT = \frac{\text{capacitat\_acollida\_places}}{\text{Total\_població}} \times 100$$

- **TH:** quocient entre el nombre de places hoteleres d'un municipi i la seva població resident. Les dades de places d'allotjament hoteler provenen de l'Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis 2004 (Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya, <http://www.gencat.net/ctc/serveis/estudis>). La població resident s'obté del Padró Municipal 2004 (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>).

$$TH = \frac{\text{capacitat\_acollida\_places\_hotelers}}{\text{Total\_població}} \times 100$$



- **TC:** quocient entre el nombre de places de càmping d'un municipi i la seva població resident. Les dada de places d'allotjament en càmpings s'han extret de l'Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis 2004 (Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya, <http://www.gencat.net/ctc/serveis/estudis>). La població resident procedeix del Padró Municipal 2004 (Institut Nacional d'Estadística, <http://www.ine.es>).

$$TC = \frac{\text{capacitat\_acollida\_places\_càmping}}{\text{Total\_població}} \times 100$$

- **TFR:** relaciona el nombre d'habitatges secundaris existents en un municipi respecte als principals. Les dades s'obtenen del Cens de Població i Habitatges 2001 (explotat per l'Institut d'Estadística de Catalunya, <http://www.idescat.es>).

$$TFR = \frac{\text{núm. segones residències}}{\text{núm. primeres residències}} \times 100$$

- **TCMH :** càlcul de la taxa de creixement acumulativa de les places de categoria mitjana (quocient entre les places de tres estrelles respecte a les d'una- dues estrelles i pensions) per al període 1994-2004. Les dades s'han obtingut a partir de les guies oficials d'hotels que publica el Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya. Com s'ha determinat anteriorment s'ha aplicat un multiplicador x2 per saber el nombre de places.

$$TCMH = \left( \left( \sqrt[7]{\frac{TMH_{(2004)}}{TMH_{(1994)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$TMH = \frac{\text{places\_hoteleres\_3\_estrelles}}{\text{places\_hoteleres\_li2\_estrelles\_pensions}} \times 100$$

- **TCAH**: càlcul de la taxa de creixement acumulativa de les places de categoria alta (quocient entre les places de quatre i cinc estrelles respecte a les de tres estrelles) per al període 1994-2004. Les dades s'han aconseguit a partir de les guies oficials d'hotels que publica el Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya. De nou s'ha utilitzat el multiplicador x2 per conèixer el nombre de places.

$$TCAH = \left( \left( \sqrt[7]{\frac{TAH_{(2004)}}{TAH_{(1994)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$TAH = \frac{\text{places\_hoteleres\_4i5\_estrelles}}{\text{places\_hoteleres\_3\_estrelles}} \times 100$$

## 2. Identificació de les variables a incloure en l'anàlisi del model

De les variables inicialment identificades s'han triat nou per a la realització de l'anàlisi factorial de components principals. Per tant, s'han descartat els següents indicadors:

- Taxa de Creixement Acumulativa de la Població (TCAP), ja que presenta una comunalitat baixa amb la resta de variables, explicable perquè en l'evolució de la població entren en joc molts altres factors que van més enllà de l'impacte del desenvolupament turístic.
- Balanç Laboral (BL), perquè mostra aquells nuclis que són centres de treball, independentment de si estan especialitzats en activitats dinàmiques o no.
- Taxa de Funció Turística (TFT) per ser una indicador que resumeix la Taxa Hotelera i Campista, amb la qual cosa no aporta nova informació.
- L'Evolució de les Places Hoteleres (EPH) i la Taxa de Creixement Acumulativa de Places Hoteleres de Categoria Mitjana (TCMH), perquè els valors d'aquestes variables en alguns casos sobredimensionen l'orientació turística de certs municipis quan són nuclis encara amb una baixa activitat turística, que progressivament estan incorporant aquesta nova funcionalitat.

**Quadre 0.2 Variables seleccionades**

Àmbits	Variables
POBLACIÓ	Població Autòctona (PA)
	Índex Població Estacional Màxima (PEM)
ECONOMIA	Quocient Localització (QL)
	Índex Shift Share (SHIFT)
	Taxa Variació Atur (TVA)
TURISME	Taxa Hotelera (TH)
	Taxa Campista (TC)
	Taxa Funció Residencial (TFR)
	Taxa Creixement Acumulativa Places Categoria Alta (TCAH)

**Font: Elaboració pròpia.**

L'anàlisi factorial de components principals s'inicia pròpiament amb la introducció dels valors de les variables en el programa de càlcul SPSS v.14.0, que permet obtenir un conjunt de factors no observables que resumeixen les variables socioeconòmiques i turístiques seleccionades. La combinació dels tres factors que té associada cadascuna de les localitats és el que permet definir tipologies de municipis amb característiques pròpies (veure capítol 4).

### 2.2.2 El mètode Delphi

Els autors Cirera i Vélez han definit per avaluació de polítiques públiques: *"l'aplicació sistemàtica dels procediments de la investigació social per a valorar la conceptualització i el disseny, l'execució i la utilitat dels programes d'intervenció social"* (2000: 5).

El procés d'avaluació de polítiques es va iniciar a principis del segle XX als Estats Units i es consolidà durant la dècada dels seixanta. En canvi, a Europa no és fins a la dècada dels vuitanta que es generalitza el seu ús, arran de la obligació de realitzar avaluacions per part dels països beneficiaris dels programes cofinançats per la Unió Europea.

A Espanya, la seva avaluació ha adquirit importància des de fa relativament poc temps, resultat de la combinació de diversos factors (Cirera i Vélez, 2000):

- Modernització de l'administració espanyola.
- Necessitat de controlar el dèficit públic.

- Incorporació d'Espanya en la Unió Europea, i per tant l'oportunitat d'obtenir ajuts dels fons europeus.
- El procés de descentralització político-administrativa, que genera la necessitat de mètodes per controlar els recursos distribuïts, evitant duplicitats i malbarataments.
- Major exigència per part de la ciutadania en conèixer la inversió que fa el sector públic amb els impostos que es veuen obligats a pagar.

Malgrat tot, Vélez (s.d) detecta un baix nivell d'implementació de sistemes d'avaluació en les polítiques públiques. L'autora argumenta dos possibles motius que expliquen aquesta situació, per una banda, la no previsió d'avaluacions des del moment que s'inicia el programa, i per l'altra, la idea que és instrument de control. Generalment l'avaluació ha estat vinculada a l'última fase de desenvolupament d'una política, centrada bàsicament en la valoració dels resultats.

Tanmateix, existeixen diferents tipus d'avaluació depenent de qui s'encarrega (interna i externa), la seva funció (sumativa, formativa), el seu contingut i la perspectiva temporal (ex-ante, intermèdia i ex-post). En relació al contingut de les polítiques, es poden avaluar quatre aspectes (Cirera i Vélez, 2000):

- *Disseny*: analitza els objectius que justifiquen la necessitat de crear un programa i la forma com s'estructuren. Per tant, tracta de mesurar el grau de definició dels objectius, la correspondència amb els problemes plantejats i la coherència externa amb altres programes que es realitzen en el mateix espai d'intervenció.
- *Implementació*: es refereix a la posada en pràctica del programa. Es pretén conèixer quina ha estat la cobertura de la política i fins a quin punt s'han aconseguit els objectius, la qual cosa permet als seus responsables decidir sobre la seva continuïtat o anul·lació.
- *Eficàcia o impacte*: examina si la intervenció pública ha produït algun canvi en el sentit desitjat, i si s'han satisfet els objectius inicials, amb independència dels costos que hagi implicat.

- *Eficiència*: fa referència a l'ús de recursos, les polítiques han de ser valorades en funció del seu cost. És d'interès relacionar el cost amb els resultats obtinguts per una determinada política, per saber si s'ha fet una bona utilització dels recursos.

En aquest sentit, el procés d'avaluació es pot dur a terme a partir de l'aplicació de tècniques quantitatives i qualitatives, que es poden complementar entre si. En el següent quadre es recullen les més utilitzades.

**Quadre 0.3 Tècniques d'avaluació de les polítiques públiques**

Quantitatives	Qualitatives
Anàlisi Cost-Benefici	L'Enquesta
Model Input-Output	L'Entrevista
Mètode Experimental	L'Observació directa i les visites "in situ"
Anàlisi Frontera	Mètode Delphi

**Font: Elaboració pròpia a partir de Cirera i Vélez (2000).**

### *El mètode Delphi*

És un mètode d'investigació social que permet comprendre situacions i interpretar fenòmens, donant protagonisme a l'experiència i a l'opinió dels participants, a la vegada que evita alguns dels inconvenients que ofereixen altres mètodes d'investigació qualitativa, com la influència en l'opinió per aquelles persones considerades expertes en la temàtica, la por a expressar determinats punts de vista públicament, o bé la tendència a buscar opinions que es creu que generaran consens (Sancho, et.al., 2001).

#### A) Característiques

Per entendre millor aquesta tècnica qualitativa, que és la font principal d'informació per a l'apartat empíric del treball d'investigació, cal conèixer quines són les característiques que la defineixen (Brunet Icart et al. 2002):

- *Procés iteratiu*: es busca l'estabilitat de les diverses opinions dels experts, que s'ofereixen diverses vegades per donar la possibilitat de visió de nous plantejaments.

- *Anonimat*: cap membre del grup coneix les respostes particulars dels altres membres, eliminant d'aquesta forma els efectes indesitjables de la discussió en grup (reduïx la influència dels altres participants, timidesa, etc.).
- *Retroalimentació (feedback) controlada*: els resultats del grup són molt més valuosos als possibles resultats que es generen individualment, gràcies a la informació que té el grup cada vegada que s'aporten noves opinions sobre la temàtica. L'intercanvi d'informació d'experts no és lliure sinó que es realitza a través del personal coordinador de l'estudi, amb la qual cosa es suprimeix aquella informació irrellevant. Per altra banda, s'observa en l'aplicació d'aquesta tècnica profundes divergències en la primera ronda de consulta que tendeixen a disminuir en rondes posteriors, sovint aconseguint el consens.
- *Respostes estadístiques de grup*: la mediana de les respostes individuals és la resposta de grup. Per tant, aquest mètode permet obtenir uns valors quantitius a partir d'estratègies qualitatives, determinades pel nivell d'acord existent entre els participants, respecte al tema analitzat.

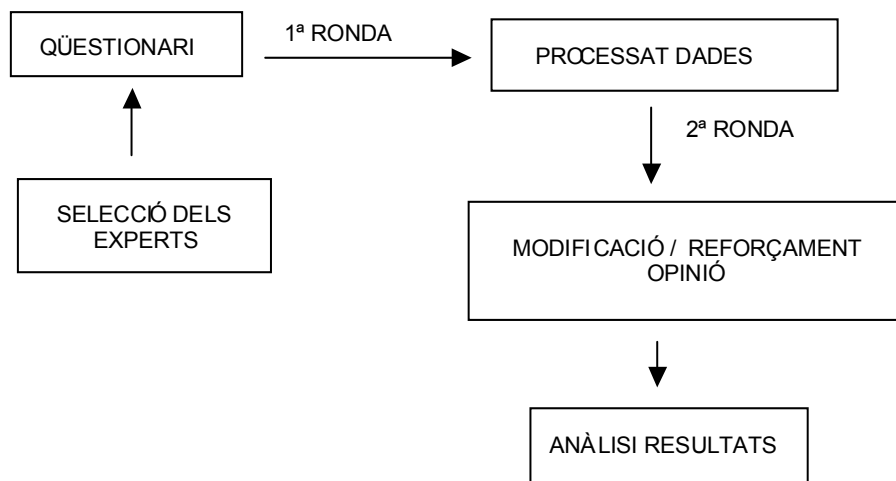
El procés del mètode Delphi consta de cinc fases (figura 0.1), que a continuació es comenten breument:

- Selecció dels experts: s'escullen aquelles persones que pels seus coneixements i implicació aportaran informació rellevant sobre el tema d'estudi.
- Elaboració del qüestionari: les preguntes han de ser clares i concises, han de desembocar en una resposta tancada i han de recollir tots els punts que es pretenen analitzar en l'estudi.
- Processat de les dades: un cop s'han exposat els qüestionaris als experts i s'obtenen les respostes de la primera ronda, aquestes s'analitzen mitjançant mesures estadístiques de posició i dispersió.
- Modificació o reforçament de l'opinió: en la segona ronda, els experts es troben en la situació de poder comparar les seves contestacions amb les

altres respostes, ja que disposen dels resultats de l'anàlisi obtinguda de la primera ronda, així com arguments d'altres experts. En aquest moment, l'expert pot mantenir la seva opinió o bé canviar-la. Es realitzen iteracions fins que la ronda adicional no modifica substancialment els resultats obtinguts en l'anterior.

- Anàlisi dels resultats: es sintetitzen de nou les respostes de forma estadística, per tal d'extreure les conclusions del treball.

**Figura 0.1 Fases de desenvolupament del mètode Delphi**



**Font: Elaboració pròpia.**

## B) Utilització del mètode Delphi en l'àmbit del turisme

Aquest mètode va ser ideat amb finalitats militars el 1948 als EUA, i des dels anys seixanta la seva aplicació s'ha estès en altres camps d'investigació dins el món universitari i empresarial.

El mètode Delphi s'ha pres com a instrument d'anàlisi qualitativa en la investigació turística davant situacions de dèficit d'informació, o bé amb l'objectiu d'aconseguir, a través del consens de grup, projeccions sobre successos futurs (Sancho, et.al., 2001). La seva aplicació en l'àmbit del turisme es troba des dels anys vuitanta en estudis de previsió de la demanda turística, com els desenvolupats per Kaynak i Macaulay (1984), autors que utilitzaren la tècnica Delphi per a mesurar el mercat turístic potencial de Nova Escòcia; Liu (1988),

que intenta pronosticar la tipologia de turisme a Hawaii per l'any 2000; Green, Hunter i Moore (1990), que l'aplicaren per avaluar els possibles impactes mediambientals d'un projecte turístic concret, conegut com a Salt's Mill; Garrod i Fyall (2000), que destinaren la recerca a valorar les dificultats i necessitats a llarg termini de la gestió sostenible dels atractius patrimonials; i Miller (2001), que l'utilitzà per a dissenyar una sèrie d'indicadors que permetessin avaluar la sostenibilitat de l'activitat turística. A nivell espanyol, s'ha aplicat en alguns estudis com el de Monfort (2000), que a partir de l'estudi de dos casos concrets, Peñíscola i Benidorm, ha avaluat la competitivitat de l'hoteleria del litoral mediterrani; Bas i Gomà (2001), que l'han utilitzat per conèixer amb major nivell de fiabilitat la despesa turística a Catalunya dels turistes residents a la resta d'Espanya; mentre que per Betancort i Fernández (2002) aquest mètode d'anàlisi els ha ajudat a determinar quines són les zones turístiques més competitives per a la pràctica del turisme de sol i platja a la illa de Lanzarote.

#### C) Procés metodològic aplicat als plans d'excel·lència turística

En aquesta tesi, l'estudi dels plans d'excel·lència turística es realitza a través de l'aplicació del mètode Delphi, que és un tipus d'investigació qualitativa anomenada de "consens", principalment per quatre motius. En primer lloc, perquè es pretén analitzar una realitat sobre la qual no es disposa d'informació concloent; en segon, perquè es creu adequat que siguin els experts del sector els que valorin els plans d'excel·lència, ja que coneixen en profunditat la destinació i a la vegada són els receptors dels resultats obtinguts de la seva aplicació; en tercer lloc, la informació és desigual per cadascun dels municipis; i per últim, l'interès global per avaluar la utilitat de l'instrument dels plans d'excel·lència turística per fer polítiques de millora de la qualitat de les destinacions.

#### *Confeció del qüestionari*

Per poder analitzar i valorar els plans d'excel·lència turística s'han tingut en compte els següents apartats:

- Caracterització de la destinació.
- Valoració del pla d'excel·lència.



- Valoració dels impactes del pla d'excel·lència.
- Valoració global.

A partir d'una escala del 1 al 5 (on 1 era el valor mínim i 5 el màxim) els experts han avaluat les diferents temàtiques (veure Annex II). Depenent de l'apartat es valorava el nivell d'acord, d'importància, de coneixement, utilització i satisfacció. A continuació el quadre 0.4 mostra l'estructura del qüestionari de forma més detallada.

**Quadre 0.4 Estructura del qüestionari**

<b>Apartats</b>	<b>Variables</b>
<i>CARACTERIZACIÓ DE LA DESTINACIÓ</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Principals fortaleses i debilitats de la destinació turística</li><li>- Situació de l'empresariat turístic</li><li>- Importància que ha donat la política municipal a una sèrie d'actuacions directa o indirectament relacionades amb l'activitat turística</li></ul>
<i>VALORACIÓ DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nivell coneixement del pla d' excel·lència (població i turista)</li><li>- Nivell coneixement de les actuacions (població i turista)</li><li>- Nivell utilització actuacions (població i turista)</li><li>- Nivell satisfacció actuacions (població i turista)</li><li>- Paper sector privat en el desenvolupament del pla d'excel·lència</li></ul>
<i>VALORACIÓ DELS IMPACTES DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Impacte territorial</li><li>- Impacte social</li><li>- Impacte activitat turística</li></ul>
<i>VALORACIÓ GLOBAL DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA</i>	

**Font: Elaboració pròpia.**

La forma més habitual en que es transmetien tradicionalment els qüestionaris als experts i la seva posterior conducció del feedback, era via correu ordinari, ja que tenia l'avantatge de ser un mitjà barat, però l'inconvenient que requeria molt de temps, i els procés s'allargava. Actualment amb el desenvolupament de les telecomunicacions s'han obert noves vies, com l'ús del correu electrònic, teleconferències, etc. Tanmateix, en aquesta investigació s'ha optat per realitzar el qüestionari a través de l'entrevista personal a cadascun dels experts, amb una duració mitjana de 1:30 h. D'aquesta manera, es podien aconseguir opinions complementàries a les que estrictament es tractaven en les preguntes, i per suposat s'assegurava que els qüestionaris fossin contestats, a la vegada amb major exactitud, ja que l'entrevistador estava present i podia anar aclarint els possibles dubtes. Si bé es cert, que en la segona ronda l'opció escollida ha estat el correu electrònic.

### *Selecció dels experts*

Els experts són persones amb coneixements molt qualificats sobre el tema d'estudi, procedents de l'àmbit públic i privat, o bé persones que poden aportar informació rellevant. En aquesta anàlisi es van tenir en compte, per una part participants amb experiència en el sector turístic, la qual cosa garantia que els arguments que podien oferir, tindrien fiabilitat. Mentre que per l'altra, es considerà important l'opinió d'aquelles persones que malgrat no tenir una ocupació laboral directament relacionada amb el turisme, aportessin un coneixement general del sector i de la realitat de la destinació (veure Annex III).

Per a cada una de les destinacions es seleccionaren un total de 10 persones, classificades en tres grups, com es pot observar en el quadre següent.

**Quadre 0.5 Procedència dels experts**

Sector	Càrrec	Núm.
ADMINISTRACIÓ	- Gerent del pla d' excel·lència o bé del patronat de turisme en el cas que el pla hagi finalitzat - Regidor de turisme	2
EMPRESARIAT TURÍSTIC	- El representant del sector privat en el pla d'excel·lència - Presidents d'associacions empresarials (hoteleres, càmpings, apartamentistes, restauració, agències de viatges) - Persones destacades en el món empresarial turístic	5
SOCIETAT	- Presidents d'associacions de comerciants, associacions de veïns, grups ecologistes, directores de revistes i entitats culturals locals	3

**Font: Elaboració pròpia.**

### *Mesures estadístiques utilitzades*

La informació obtinguda dels qüestionaris ha estat tractada a partir de mesures estadístiques descriptives de tendència central (posició i centralització) i de dispersió. L'objectiu era aconseguir que totes les opinions expressades pels experts, es vegessin reflectides i a la vegada conegudes per la resta de participants (sense poder ser atribuïdes a una persona en particular).

- Mesures de tendència central

\* De posició: divideixen un conjunt ordenat de dades en grups amb la mateixa quantitat d'individus, els indicadors utilitzats són els quartils, decils i percentils.

Per aquest estudi s'han escollit els quartils, que corresponen als tres valors que divideixen el conjunt de dades en quatre parts percentualment iguals. Usualment es calcula el Q1, que és el valor per sota del qual queda un quart (25%) de tots els valors de la successió (ordenada); el Q2 que coincideix amb el valor de la mediana; i el Q3 que és el valor per sota del qual queden tres quartes parts (75%) de les dades.

\* De centralització: indiquen valors respecte els quals les dades tendeixen a agrupar-se i són capaces de representar a tot el conjunt. Els indicadors més comuns són la mitjana aritmètica, la mediana i la moda.

Per tractar-se de variables discretes és pertinent utilitzar la mediana, que es defineix com aquell valor, que quan tots els valors de la mostra estan ordenats, ocupa el lloc central. A més, s'ha considerat més adient l'ús de la mediana que la mitjana aritmètica, ja que aquesta última dona massa pes als valors extrems.

- Mesures de dispersió

Mentre que les mesures de tendència central tenen com a finalitat sintetitzar les dades amb un valor representatiu, les de dispersió pretenen mostrar fins a quin punt, aquest valor és representatiu de la informació. Existeixen diferents maneres de valorar la variabilitat amb indicadors com la variància, la desviació típica, el coeficient de variació o el rang.

Per a constatar l'existència o no de consens en les respostes del qüestionari s'ha utilitzat el rang interquartílic. Aquest és el més apropiat quan es treballa amb la mediana i s'obté de realitzar la diferència entre el tercer quartil i el primer quartil. El rang indica quantes unitats dels valors que pren la variable es concentren en el cinquanta per cent central dels casos.

El qüestionari aplicat a l'anàlisi dels plans d'excel·lència es regeix per una escala de valoració del 1 al 5. Per tant, es considera elevada dispersió d'opinions quan el rang interquartílic és superior a 1. En aquests casos, se'ls dona a conèixer als experts el valor de la mediana per a que tornin a respondre, reafirmant l'opinió o bé modificant-la.

### **3. L'ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓ**

Aquesta tesi s'estructura formalment en tres parts i vuit capítols, més la present introducció i les conclusions. La introducció conté la presentació que emmarca el document i contribueix a justificar la investigació, però també és l'espai on es formulen les hipòtesis i objectius a assolir, es determinen els àmbits territorials de referència i es planteja la metodologia utilitzada en la recerca.

La primera part consta de tres capítols teòrics, que constitueixen el marc conceptual i el punt de partida d'aquesta recerca. En el primer capítol s'exposen dues de les principals interpretacions sobre el desenvolupament i transformacions de les destinacions turístiques de sol i platja, el model del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (1980) i l'aplicació de la teoria de la reestructuració als nuclis turístics per part d'Agarwal (2002). En el capítol segon, s'analitzen les diferents respostes que han aportat les administracions públiques davant aquest canvis, des de la dècada dels noranta fins a l'actualitat, a escala estatal i catalana i no exclusivament des de l'àmbit turístic. El tercer capítol té com a finalitat presentar, des d'una aproximació teòrica, el concepte de l'excel·lència i la qualitat en la gestió de les destinacions. En aquesta part es presenta la figura dels plans d'excel·lència turística com un dels instruments més destacats de la política turística en el procés de reestructuració de les destinacions madures, especialment de sol i platja. Conèixer el context en el que es va implantar aquesta iniciativa, com va evolucionar, quines han estat les seves característiques i la seva corresponent literatura, té interès per poder afrontar l'aproximació analítica dels plans d'excel·lència del litoral català

La segona part, agrupa els capítols quart, cinquè i sisè, que es dediquen a estudiar la dinàmica turística del litoral català i en particular la d'aquells municipis que han desenvolupat un pla d'excel·lència. Els àmbits territorials de referència de l'anàlisi són l'escala regional, delimitada pel conjunt del litoral; i l'escala local, definida pels límits administratius municipals d'aquest territori. En el capítol quart, s'identifiquen les diverses fisonomies existents en aquesta franja costanera, a partir de la combinació de variables demogràfiques, econòmiques i turístiques i de l'aplicació d'una tècnica estadística multivariant, l'anàlisi factorial de components principals. El capítol cinquè té com a finalitat observar les diferents

característiques evolutives de les destinacions del litoral català a partir d'una doble escala (provincial i local) i una doble naturalesa (mercat i oferta). Es tracta d'un apartat en el que es posa en pràctica una versió pròpia del model del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (1980), el qual permet diferenciar en funció del ritme de creixement de les places hoteleres tres tipus de destinacions: expansives, progressives i estacionàries. En el capítol sisè, s'analitzen en base a les estratègies de renovació i qualificació dels establiments, singularització i sostenibilitat (Anton, 2001), quines han estat les actuacions de reestructuració desenvolupades per els principals nuclis turístics del litoral català.

En la tercera part, l'estudi es centra en l'anàlisi específica dels plans d'excel·lència turística del litoral català. En el capítol setè es realitza un petita memòria descriptiva sobre la situació de les destinacions turístiques on s'ha implantat aquest instrument, tant des del punt de vista territorial, demogràfic com econòmic. Posteriorment, en el capítol vuitè, s'avaluen els efectes dels plans d'excel·lència. Aquest propòsit ha implicat examinar cadascun dels plans de forma individual i conjunta, gràcies a la utilització d'una metodologia qualitativa, el mètode Delphi. Aquesta tècnica, fonamentada en donar protagonisme a l'experiència i a l'opinió dels participants, ha estat molt útil per poder afrontar l'estudi empíric, davant el dèficit d'informació existent entorn als plans. Tanmateix, s'ha considerat pertinent l'avaluació de les actuacions desenvolupades per aquest instrument en funció de l'àmbit en el que incideixen (condicionament i millora de platges; dotació d'equipaments; millora d'accessos; recuperació urbanística; diversificació i enriquiment de l'oferta; màrqueting i comunicació; gestió i dinamització empresarial, formació i medi ambient) i la seva dimensió, ja que ha estat el resultat més visible dels plans.

Finalment, es conclou aquesta tesi amb la síntesi dels principals resultats de la investigació. És el moment de comprovar si les hipòtesis i objectius plantejats a l'inici de la recerca s'acompleixen.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## **PART I**

# **LES NOVES DINÀMIQUES DE LES DESTINACIONS. MARC ANALÍTIC I INSTRUMENTS DE POLÍTICA I GESTIÓ TURÍSTICA**

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



## **CAPÍTOL 1. EL COMPORTAMENT I LES TRANSFORMACIONS DELS ESPAIS TURÍSTICS. MARCS ANALÍTICS**

Des del naixement del turisme de masses fins a l'actualitat, el sector turístic ha patit una evolució tant des del punt de vista de la demanda com de les formes de producció. Diversos estudis han tractat de respondre a qüestions com: el model turístic tradicional ha canviat? quins han estat aquests canvis? i la seva naturalesa?. Tanmateix, els diagnòstics no són coincidents, des d'autors que defensen una transformació en profunditat del model, a d'altres que parlen de la pervivència de pràctiques associades al caràcter massiu de l'activitat. En realitat, existeix una combinació d'elements propis del turisme tradicional amb característiques de les noves dinàmiques turístiques.

En aquest context de canvi, alguns espais turístics litorals han respost a través de noves estratègies de desenvolupament turístic, que poden afectar tota la destinació o bé un determinat àmbit vinculat a l'activitat turística. En ambdós casos, es persegueix l'objectiu d'augmentar la seva competitivitat per afrontar el possible declivi. Existeixen diferents formulacions teòriques que interpreten els canvis produïts en el model turístic tradicional. D'entre elles, les dues interpretacions que s'han utilitzat en aquesta tesi com a marc de referència, són les següents:

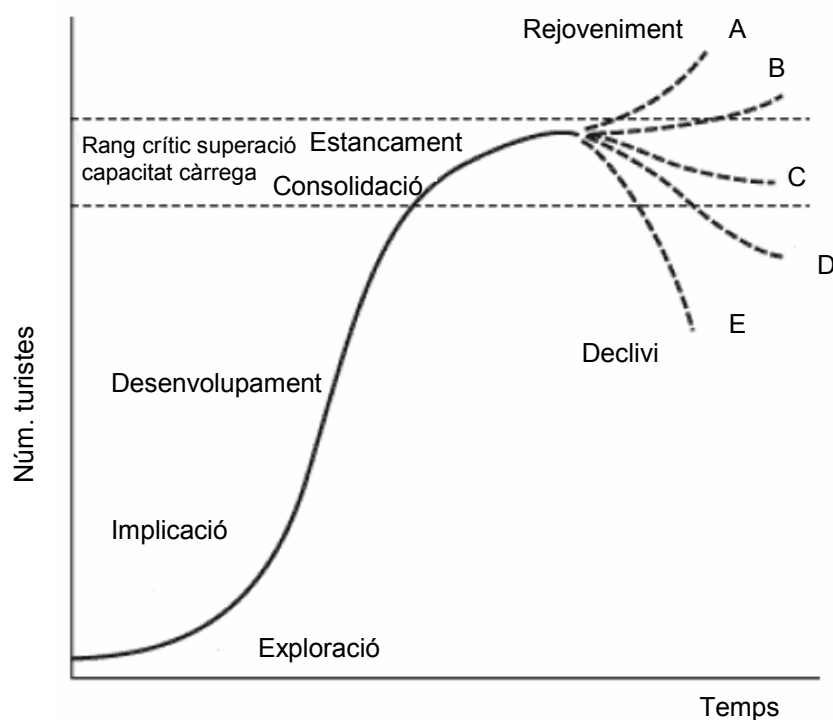
- El model del cicle de vida de les destinacions turístiques (Butler, 1980).
- L'aplicació de la teoria de la reestructuració a l'anàlisi de l'evolució dels nuclis turístics (Agarwal, 2002).

### **1. EL CICLE DE VIDA DE LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES**

Butler estableix el 1980, utilitzant la teoria del cicle de vida del producte, un model que permet explicar l'evolució d'una destinació turística. Aquesta teoria, associada fins aleshores al camp del màrqueting, havia servit per descriure la trajectòria de les vendes d'un producte al llarg d'una sèrie d'etapes successives. En base a aquest plantejament econòmic, Butler (1980) realitza una proposta

temporal en sis fases, que il·lustren des del creixement fins a la decadència d'una destinació: exploració, implicació, desenvolupament, consolidació, estancament i post-estancament (veure figura 1.1)

**Figura 1.1 El model del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler**



**Font: Butler (1980).**

El model està compost en una primera part per quatre fases progressives, fins arribar a la fase d'estancament, moment en que s'aconsegueix el nivell màxim de turistes i s'excedeix la capacitat de càrrega del sistema, generant problemes de caire econòmic, social i ambiental. La segona part, adquireix un caràcter no lineal, ja que des de l'etapa d'estancament es presenten diferents alternatives a seguir en funció de la capacitat de resposta de la destinació: rejuveniment, creixement, estabilització, declivi o declivi immediat. Cal destacar entre aquestes cinc alternatives, els dos extrems (Butler, 1980):

- Declivi: la destinació redueix la seva quota de mercat i no és capaç de competir amb noves atraccions. Els turistes esdevenen visitants de cap de setmana o d'un sol dia, i els hotels es converteixen en apartaments per a població permanent o residències de la tercera edat. Situació que comporta a les destinacions una pèrdua de la seva funcionalitat turística.

- Rejuveniment: la destinació adopta mesures per contrarestar el declivi mitjançant la creació de nous atractius i la posada en valor de recursos naturals no explotats.

### **1.1 Aproximació al model de Butler**

El cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (CVDT) ha estat extensament utilitzat en els estudis sobre evolució del turisme. Especialment per identificar quines són les estratègies més adequades a fi d'evitar el declivi. En el context europeu es comença a aplicar aquest model d'anàlisi en algunes destinacions turístiques de sol i platja de Gran Bretanya (Torbay, Cornwall, Weymouth, etc.), exemples dels primers centres de vacances massificats europeus. Aquests espais turístics mostraven a la dècada dels setanta símptomes d'esgotament degut a la combinació de diversos factors: transformacions dels mitjans de transport, canvis en les preferències vacacionals, aparició dels paquets turístics dirigits a destinacions del Mediterrani, manca d'inversió en el sector, deteriorament de l'entorn i pèrdua de la seva imatge (Shaw i Williams, 1997). Davant aquesta situació, a principis dels vuitanta el govern britànic a través de l'Oficina de Turisme d'Anglaterra, estimulà a l'administració local i al sector privat a desenvolupar mesures de rejuveniment, com els Programes d'Acció de Desenvolupament Turístic (TDAPs) i les Iniciatives Econòmiques Locals (LEIs). Els principals objectius d'aquestes iniciatives foren la regeneració del sector per poder competir turísticament a nivell nacional i internacional, la potenciació de les oportunitats de treball i la millora de les instal·lacions d'oci. Però malgrat que durant la seva implantació es van observar problemes relacionats amb la manca de cooperació entre els agents públics-privats i la limitació dels recursos econòmics, s'ha considerat un útil instrument per reposicionar les destinacions (Agarwal, 1997a i 1999).

Cooper i Jackson (1989), identifiquen als anys setanta en l'Illa de Man (situada en el Mar d'Irlanda) diversos indicadors de declivi contemplats en la teoria del CVDT. Des del punt de vista de la demanda, aquesta destinació es caracteritzà per una reducció del nombre d'arribades, elevat grau d'estacionalitat, baix nivell de despesa i elevat grau de repetició. Pel que fa a l'oferta, es detectà una pèrdua de la capacitat d'allotjament, degut a la conversió dels establiments en residències per a la tercera edat, i una baixada de la seva qualitat, provocada

per la poca capacitat inversora d'un empresariat de caràcter familiar. Per tal de reconduir aquest balanç negatiu, des de l'administració (l'Oficina de Turisme de l'Illa de Man) s'impulsà un nou pla que establia les següents línies d'acció:

- Adequar la promoció a les noves tendències de la demanda i invertir en nous atractius relacionats amb al patrimoni natural, històric i cultural.
- Reforçar el paper del sector públic com a coordinador de les estratègies turístiques empreses des del sector privat.
- Consolidar els mercats tradicionals i atreure nous segments com els short-holiday markets (associacions, grups de jubilats, turisme familiar i turisme de negocis), amb l'objectiu de reduir l'estacionalitat.
- Modernitzar i millorar la qualitat de les infraestructures turístiques, en especial l'allotjament.

Els autors conclouen que els agents públics i privats, directa o indirectament relacionats amb l'activitat, incideixen fortament tant en l'estructuració de les destinacions com en el procés de reordenació.

Agarwal (1997a), ha investigat el comportament turístic de Torbay, un dels més importants centres turístics del litoral del sud-oest d'Anglaterra, que inclou els nuclis de Torquay, Paignton i Brixham. En aquesta zona, si bé s'observa un trajectòria de creixement dels tres nuclis semblant a la proposada per Butler, es detecten algunes desviacions respecte el model, que es localitzen en la fase de desenvolupament i de post-estancament. Segons Butler, l'etapa de desenvolupament ve definida per una pèrdua de control local de l'activitat a favor d'empresaris forans i per notables modificacions en les motivacions del turista, contradictòriament en Torquay es produí una destacada involucració dels agents locals i un manteniment del perfil del turista. Pel que fa a la fase de post-estancament, l'autora mostra cert desacord entorn a un declivi radical de la destinació, tenint en compte que és una opció socialment i econòmicament inacceptable (font de treball i ingressos d'aquestes poblacions, a més d'haver dedicat nombroses inversions). Durant aquesta fase, es constata que els tres nuclis turístics presentaren iniciatives de reorientació públic-privades, gràcies a

la concessió d'un dels primers Programes d'Acció de Desenvolupament Turístic, iniciativa enfocada a la incorporació de nous equipaments recreatius i a la millora de la imatge, amb l'objectiu de donar resposta als canvis produïts en el mercat.

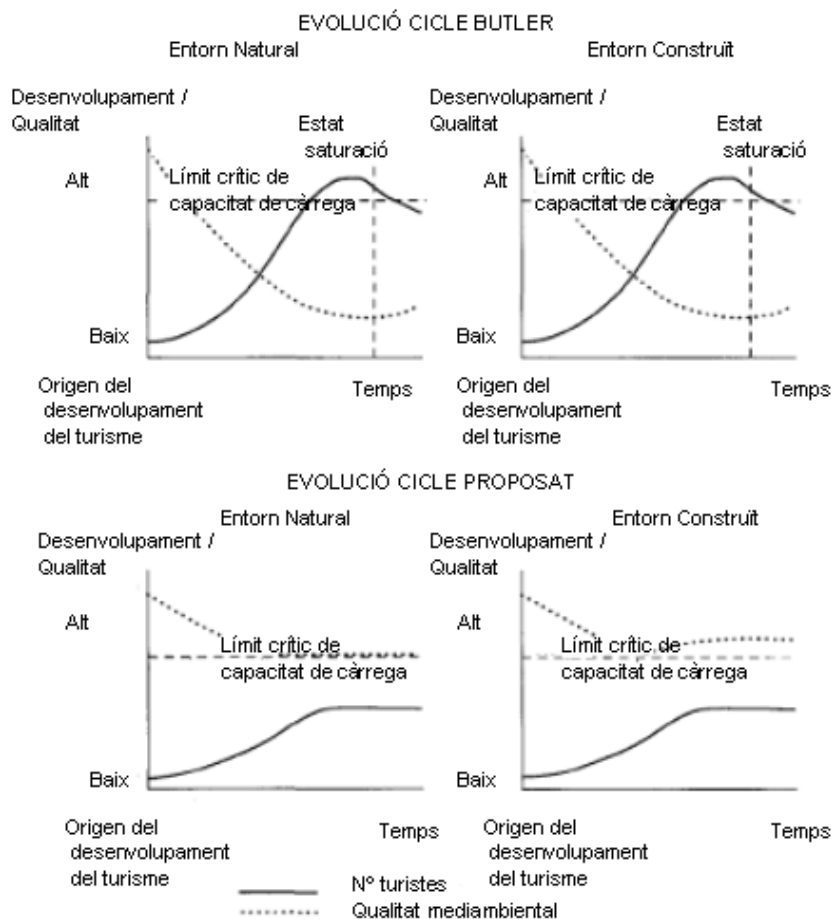
El cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler també ha servit de marc de referència per a l'estudi de les destinacions de segona generació, com les del litoral mediterrani espanyol, àmbit turístic àmpliament citat. Diversos autors han assenyalat que gran part de les destinacions d'aquesta regió es trobaven a finals de la dècada dels vuitanta en una fase d'estancament, conseqüència d'un creixement ràpid i sense planificació, excessiva dependència dels touroperadors, estandardització d'un tipus de producte molt específic (sol i la platja) i del deteriorament paisatgístic i ambiental (Vera, 1994; Priestley, 1995; Vera et al., 1997; Camisón i Monfort, 1998). La problemàtica de les destinacions en fase de maduresa ha portat a realitzar treballs que tracten d'analitzar els desequilibris i establir les estratègies que permeten reconduir i donar viabilitat a aquestes espais. Per exemple, Camisón i Monfort (1998) han estudiat l'evolució turística de la Comunitat Valenciana, i en concret de la Costa Blanca, per ser la destinació més rellevant de la regió. Segons aquests autors, la Comunitat Valenciana des finals dels setanta es trobava en una fase de maduresa, principalment per la massificació de l'espai, la manca de diversificació del producte, la monopolització de la comercialització en mans dels touroperadors, la competència basada en preus baixos i l'emergència de noves destinacions. El manteniment com a destinació turística o la seva revitalització, vindria determinada per la capacitat de dissenyar polítiques públiques i privades que incorporessin avantatges competitius que maximitzessin la satisfacció i la fidelitat del turista, entre elles, la millora de la imatge i la qualitat de l'espai turístic, la diferenciació del producte i una adequada gestió de la destinació (Camisón i Monfort, 1998).

Priestley i Mundet (1998) es concentren en examinar les darreres etapes del cicle de vida de tres destinacions turístiques del litoral català: Torroella de Montgrí-l'Estartit, Lloret de Mar i Sitges. Els autors observen que, a finals dels vuitanta tots tres espais es trobaven en la fase d'estancament, per diferents

factors interns no sempre coincidents amb la superació de la capacitat de càrrega, criteri utilitzat per Butler. Si bé a Lloret de Mar la situació d'estancament fou resultat de la saturació de la seva capacitat de càrrega; a Torroella de Montgrí-l'Estartit es va deure a la baixa capacitat d'atracció del producte ofert; mentre que a Sitges s'explicava per la dèbil infraestructura hotelera desenvolupada. Per tal de mantenir l'activitat i donar eficàcia al model turístic, les tres destinacions han implantat diverses estratègies basades en l'increment de la qualitat i imatge del producte (Lloret de Mar); com també en la diversificació i diferenciació de la seva oferta (Torroella de Montgrí-l'Estartit i Sitges).

A partir de l'experiència adquirida en l'observació del desenvolupament turístic de la costa catalana, Priestley i Mundet (1998) consideren que l'èxit d'una destinació descansa en una adequada planificació i gestió racional dels recursos disponibles. Principis que són de difícil aplicació en el plantejament de Butler, ja que per aconseguir el desenvolupament o rejuveniment d'un espai turístic, el seu model apunta la necessitat d'augmentar el nombre de visitants, tendència freqüentment insostenible. Tal com descriuen Priestley i Mundet (1998) a la figura 1.2, conforme incrementa el volum de turistes, disminueix la qualitat de l'espai turístic, fins arribar a un estat de saturació amb nivells màxims de capacitat de càrrega. De totes maneres, Butler era conscient d'aquest problema, advertint el perill del creixement il·limitat i la possibilitat que els recursos turístics es deterioressin de forma irreversible.

**Figura 1.2 Model alternatiu al del cicle de vida de les destinacions turístiques de Butler (1980), per a un procés de desenvolupament sostenible de les destinacions**



Font: Priestley i Mundet (1998).

Per altra banda, Morgan (1991) i Knowles i Curtis (1999) consideren que els esforços de rejuveniment empreses en les destinacions turístiques de masses de segona generació, tan sols serviran per revitalitzar-les de forma temporal, acabant inevitablement en el declivi. Morgan (1991), va escollir l'Illa de Mallorca com a àmbit d'estudi, pel fet de ser una de les destinacions més utilitzades a l'hora d'exemplificar el turisme de masses i el problemes derivats del seu desenvolupament. L'autor destaca que a principis dels noranta l'economia turística de Mallorca s'enfrontà a una difícil situació, provocada per l'existència de tot un seguit de problemes en el model de desenvolupament turístic: excessiva dependència d'uns determinats mercats (britànic i alemany); saturació de l'espai; sobredependència dels touoperadors (especialment britànics); sobreoferta de places d'allotjament de baixa categoria; deteriorament de l'entorn,

etc. Debilitats interpretades per l'autor com a manifestacions més o menys explícites d'estancament i entrada en declivi d'aquestes destinacions. Per tal d'abordar la problemàtica, diverses iniciatives van ser dutes des del sector privat, on els touoperadors crearen noves ofertes de major qualitat en l'àmbit de l'hoteleria; però qui més es va implicar fou el sector públic amb:

- Atracció de nous mercats per tal d'ampliar els segments de demanda, especialment aquells amb major poder adquisitiu.
- Mesures de control com l'edificació d'hotels, màxim de tres plantes i mínim quatre estrelles; prohibició de la construcció en espais d'interès paisatgístic; i revisions més estrictes respecte als nivells de control i seguretat dels allotjaments.
- Millora de la qualitat del producte a través d'accions de reordenació de l'entorn urbà.
- Millora de la imatge.

Malgrat les prediccions negatives de Morgan (1991), el mateix autor deixa una porta oberta a la viabilitat de Mallorca com a destinació turística, sempre i quan les estratègies desenvolupades per millorar els producte s'adaptin a les expectatives d'un consumidor altament exigent.

Knowles i Curtis (1999), defineixen les destinacions de segona generació com a espais turístics en declivi, insostenibles i sense futur, a diferència dels de primera generació, alguns dels quals gràcies a l'adopció de destacades iniciatives de planificació han aconseguit reordenar-se. Seguint el model de Butler, els autors postulen tres noves etapes seqüencials, no alternatives, en la fase de post-estancament de les destinacions tradicionals de sol i platja del Mediterrani:

1. Volatilitat del mercat i rejuveniment parcial: període temporal d'auge i caiguda, d'uns quinze anys de duració (1990-2005). Durant aquest període les quotes de mercat s'incrementen, gràcies a la disminució dels preus que ofereixen els touoperadors i a l'augment de la qualitat de les destinacions. No obstant, les mesures de rejuveniment no són suficients per evitar el fracàs, ja que existeix una manca de diversificació dels mercats i una excessiva dependència respecte als touoperadors.



2. Espiral de declivi: d'entre quinze i vint anys de duració. Es produeix una reducció del nombre de turistes del mercat nacional i d'Europa del centre i del nord, mentre que augmenten els de l'est d'Europa, que tenen una menor capacitat econòmica. També es dona una disminució de la inversió en el sector i una pèrdua de la singularitat de les atraccions creades, etc.
3. Estabilització: després d'un ràpid declivi, la despesa dels turistes s'equilibra, moment en el que el govern reconeix la necessitat de mesures radicals per a reorientar l'economia fonamentalment, mitjançant la seva diversificació. El centre turístic segueix sent important, però sota una formulació menys agressiva i flexible.

Únicament podran escapar del declivi definitiu, aquells espais que converteixen el turisme de masses en un activitat més responsable i autèntica, tendència que Knowles i Curtis (1999) afirmen no podrà ser assumida per les destinacions del mediterrani espanyol, com Lloret de Mar, Torremolinos, Benidorm o Mallorca.

En canvi, Aguiló et al. (2002) han contrastat tot aquest conjunt de símptomes de declivi, assenyalats per Morgan (1991) i Knowles i Curtis (1999), en la realitat turística balear a partir de dues fonts d'informació: "L'Enquesta de la Despesa Turística" i l'anàlisi d'una selecció d'ofertes dels principals majoristes de viatges que operen a les Illes. Els resultats que es desprenen de l'estudi desmenteixen clarament que el model turístic de masses de sol i platja de les balears es trobi en una situació d'estancament, i molt lluny d'iniciar la fase de declivi, tal com es recull de forma resumida en el quadre 1.1.

**Quadre 1.1 Síntesi dels resultats de l'anàlisi de la demanda i l'oferta a les Balears (1993-2000)**

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Elevades taxes de creixement en el nombre de turistes</li><li>- Índexs de plena ocupació en temporada d'estiu</li><li>- El motiu del preu perd pes, a favor del de la qualitat del producte (hotels i entorn)</li><li>- La despesa realitzada en origen s'incrementa</li><li>- Elevats nivells de repetició, que es relacionen amb alts nivells de satisfacció i no tant amb qüestions de rutina</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Increment de l'oferta de l'allotjament hotelier</li><li>- Augment de la qualitat dels establiments hotelers</li><li>- L'oferta de paquets turístics dels touoperadors és més flexible</li><li>- Pujada moderada en els preus de les ofertes turístiques</li></ul>

**Font:** Elaboració pròpia a partir d'Aguiló et al. (2002).

Si bé és cert, que les Balears i en general les destinacions turístiques consolidades mantenen debilitats vinculades al creixement continuat d'una oferta indiferenciada, Aguiló et al. (2002) justifiquen que, a partir d'evidències empíriques, el model té capacitat de corregir-se a si mateix i de reformular-se a través del disseny i l'aplicació de polítiques turístiques dirigides a:

- Reordenar urbanísticament l'espai de la destinació.
- Incorporar nous elements a l'oferta turística amb identitat, que permetin qualificar i diversificar el producte.
- Fomentar un desenvolupament turístic sostenible, tant des del punt de vista econòmic, social com mediambiental.

Gràcies a les actuacions aportades per les polítiques turístiques, les destinacions han pogut renovar el producte turístic, adaptant-lo a les necessitats i exigències *"d'un consumidor europeu, racional, que encara no sembla cansat del sol i platja"* (Aguiló, et al. 2002: 94).

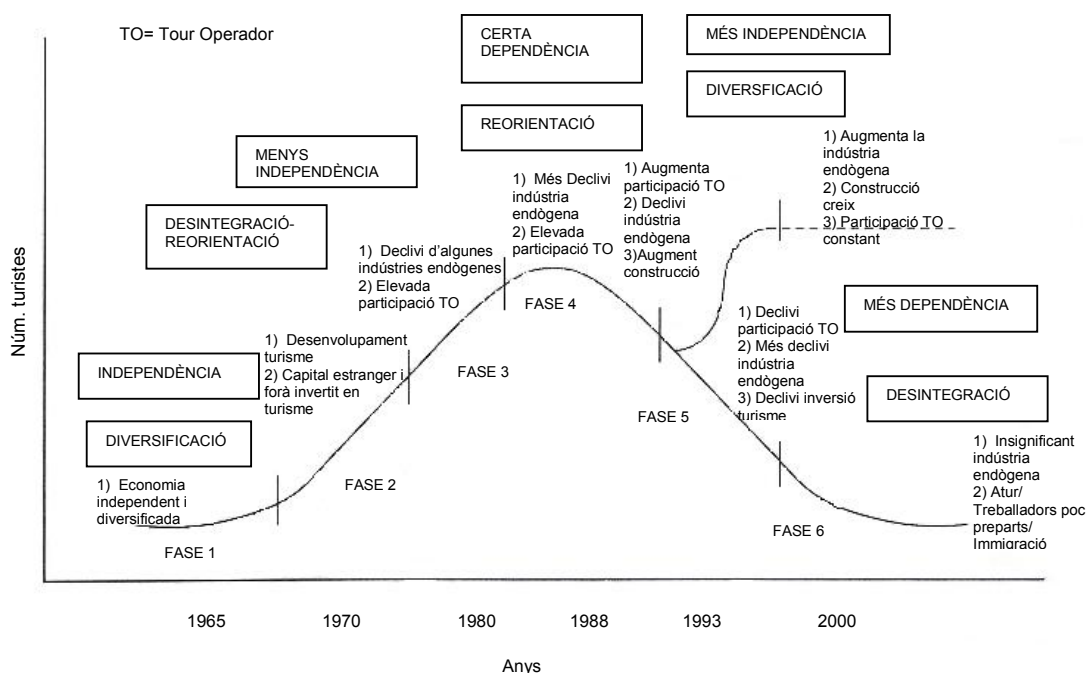
Williams (1993), examina el desenvolupament turístic de l'Illa de Menorca en el període 1965-1988. Durant aquest cicle, Menorca perd progressivament la seva activitat industrial tradicional a favor del turisme, el qual es converteix en la principal font generadora de riquesa i treball, però quedant en mans

d'empresaris forans. El procés desemboca a finals dels vuitanta en una situació de saturació i pèrdua de competitivitat turística, que pot ser resolta segons l'autor per dues possibles vies:

- Continuar amb una política turística permissiva: la destinació inevitablement acaba en un estat de declivi, comportant desastroses conseqüències econòmiques i socials (increment de l'atur, emigració, etc.).
- Articular des de l'àmbit local una política turística planificada que aposti per la diversificació del sector: la incorporació de nous atractius i l'expansió del sector de la construcció fomenten un augment de les inversions procedents dels touoperadors, generant un increment en el nombre d'arribades. La reactivació del turisme impactarà al mateix temps positivament sobre la indústria endògena, ja que el turista demandarà d'aquests productes, disminuint d'aquesta forma la dependència externa. Arribat aquest punt, el turisme pot convertir-se de nou en una activitat complementària a la indústria tradicional.

Entorn aquests arguments, Williams (1993) incorpora una nova perspectiva al model de Butler, fonamentada en la teoria de la dependència i el control extern. L'autor suggereix un model d'evolució d'una destinació en vuit etapes, les quatre primeres de caràcter descriptiu i les quatre restants predictives (veure figura 1.3), on es reflecteix la dependència de capital, control i gestió forànies d'una destinació des de la seva etapa de desenvolupament.

**Figura 1.3 Model descriptiu i predictiu de desenvolupament turístic d'una destinació**



Font: Williams (1993).

Pollard i Dominguez (1993), utilitzen la situació de Torremolinos a finals de la dècada dels vuitanta per analitzar la fase de declivi d'una destinació. El model turístic d'aquest espai es desenvolupà mitjançant un creixement ràpid i expansionista, on les deficiències en infraestructures i serveis i els elevats costos mediambientals van generar importants impactes negatius sobre la qualitat de la destinació. A principis dels noranta, Torremolinos substituï el pla general d'ordenació urbana, amb l'objectiu de cobrir aquestes deficiències urbanes, paral·lelament, redactà el Pla Municipal per a la Millora de la Competitivitat Turística de Torremolinos, amb la finalitat de donar viabilitat al sector. Segons els autors, la planificació aplicada des de l'àmbit local es convertia en l'instrument fonamental per minimitzar i evitar nous impactes.

Aquest comportament evolutiu s'ha reflectit en altres espais turístics de segona generació de la Mediterrània, com per exemple l'Illa de Xipre, on Ioannides (1992) analitza el seu patró turístic des del 1960 fins al 1989. L'autor identifica una primera etapa d'exploració i d'involucració (1960-1970), caracteritzada per la configuració de les principals destinacions turístiques com Famagusta, Kyrenia, Limassol, les quals presentaren un creixement erràtic a conseqüència de la

inestabilitat política entre grecs i turco-xipriots. En aquesta etapa, l'Estat intervingué activament en la promoció de l'illa, creant l'Organització Turística de Xipre; revisà la legislació sobre establiments turístics; i va invertir en la construcció d'una nova terminal a l'aeroport internacional de Nicòsia. La segona etapa correspon al procés de desenvolupament, que es divideix en dues subfases (1971- 1974 i 1975-1989), ja que entre 1974-1975 es produí una aturada i caiguda en el nombre d'arribades causada per la invasió turca. Foren anys en que el sector turístic patí tot un seguit de transformacions, bàsicament d'increment de l'oferta extrahotelera i augment de la presència de touoperadors estrangers. És a finals de la dècada dels vuitanta quan van començar a aparèixer els primers símptomes de consolidació de la destinació. Des del punt de vista mediambiental, la construcció descontrolada d'equipaments turístics va suposar la pèrdua de paisatges d'alt valor ecològic i la desaparició d'una part del patrimoni històric. Des de la vessant social, la ràpida expansió del turisme generà tensions amb la pròpia població autòctona, la qual cosa va fer perillar la seva cultura i identitat. Per últim, el turisme es convertí gairebé en l'única activitat productiva, fet que comportà a l'economia de Xipre dependència i vulnerabilitat. En aquest context, l'autor destaca el paper de l'Estat a l'hora d'assegurar la continuïtat de l'activitat, emfatitzant la implicació dels governs locals en el disseny de plans de reordenació turística. Les mesures recomanades a aplicar en aquests plans es centren en la diversificació del producte (turisme de convencions, agroturisme, etc.) i la regulació del creixement turístic.

El CVDT s'ha aplicat en l'estudi de nombrosos espais turístics i en diverses destinacions, des del Mediterrani, al Carib, la Gran Bretanya, el Canadà, Sri Lanka, illes del Pacífic, els Estats Units, etc. Els casos que s'han vist (veure la síntesi al quadre 1.2), corresponen a una mostra de les destinacions de sol i platja europees on s'ha utilitzat el model de Butler com a element d'anàlisi i prospecció.

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

**Quadre 1.2 Síntesi sobre aplicacions del CVDT en destinacions turístiques de sol i platja, del nord d'Europa i la conca del Mediterrani**

Autor	Àmbit territorial	Indicadors	Conclusions
Cooper i Jackson (1989)	Illa de Man	Núm. turistes; nivell estacionalitat; nivell despesa; i perfil del turista	Utilitat del cicle de vida com a marc conceptual per entendre el procés de desenvolupament d'un centre turístic. La col·laboració entre sector públic i privat, element clau per implantar iniciatives de rejuveniment.
Morgan (1991)	Mallorca	Núm. turistes	Per tal d'evitar el declivi, Mallorca va desenvolupar iniciatives per a la millora de l'entorn i de les infraestructures. Tanmateix, l'autor afirma que aquestes mesures únicament serien efectives sempre i quan acomplissin amb les expectatives del turista i mantinguessin alts nivells de qualitat.
Ioannides (1992)	Xipre	Núm. turistes; núm. total de llits (inclou qualsevol tipus d'allotjament); procedència dels turistes; i % viatges comercialitzats per touoperadors	L'Estat ha estat un agent destacat en el desenvolupament i renovació de Xipre, enfortint el paper de l'administració local. Donada la multiplicitat d'actors i elements, es fa complexa la utilització del cicle de vida com a eina prescriptiva.
Williams (1993)	Menorca	Núm. turistes i la seva procedència; estructura productiva; i núm. d'habitacions	El desenvolupament turístic de l'Illa va provocar la desaparició de la indústria tradicional, fet que comportà la dependència i control extern de la seva economia, ara basada exclusivament en el turisme. Depenent de la política turística adoptada, dirigida o no a la diversificació del turisme, Menorca es situarà en un fase de rejuveniment o de declivi. L'autor presenta una versió ampliada del model de Butler, incorporant aspectes de la teoria de la dependència i el control extern.
Pollard i Dominguez (1993)	Torremolinos	Núm. turistes i la seva procedència	El desenvolupament turístic d'una destinació no pot deixar-se únicament en mans del sector privat, ja que aquest genera impactes negatius sobre la qualitat de la destinació (saturació, deficiències en infraestructures i serveis, etc.). És necessària una adequada planificació de l'espai turístic conduïda per la pròpia administració local.

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

Autor	Àmbit territorial	Indicadors	Conclusions
Agarwal (1997a)	Torbay (Torquay, Paignton i Brixham)	Núm. turistes	En base a l'experiència turística de Torbay, Agarwal detecta diverses dificultats metodològiques a l'hora d'aplicar el cicle de vida, entre elles, la discontinuïtat temporal de les dades, el nivell de desagregació espacial (poca disponibilitat d'estadística turística a nivell local), manca d'estandarització de la informació i el baix nivell de confiança per errors i omissions. Per altra banda, l'autora suggereix la incorporació d'una nova fase de Reorientació, entre la fase d'estancament i post-estancament.
Priestley i Mundet (1998)	Torroella de Montgrí-L'Estartit, Lloret de Mar i Sitges	Núm. habitants i núm. places hoteleres	Torroella de Montgrí-L'Estartit, Lloret de Mar i Sitges, han aplicat iniciatives de millora de la qualitat de les destinacions i de diversificació del producte turístic, dins la fase de post-estancament. No obstant, els autors aposten per la planificació com a eina fonamental per donar viabilitat als espais turístics. En aquest sentit, plantegen un nou model de desenvolupament basat en l'ús racional i sostenible dels recursos.
Camisón i Monfort (1998)	Comunitat Valenciana i la Costa Blanca	Núm. places hoteleres; núm. viatgers i núm. pernoctacions en allotjaments hotelers; % ocupació hotelera; i preu del paquet turístic en temporada d'estiu i d'hivern	Les destinacions turístiques madures de sol i platja han de buscar accions de revitalització, fonamentades en la substitució dels avantatges comparatius (clima benigne, preus baixos, proximitat als països emissors) pels avantatges competitius, que assegurin la rendibilitat i atractiu turístic.
Knowles i Curtis (1999)	Destinacions europees de sol i platja de primera i segona generació	Núm. turistes	Knowles i Curtis incorporen tres noves fases en l'etapa de post-estancament de les destinacions de segona generació, la darrera de les quals correspon a l'estabilització. Segons els autors, els centres turístics del mediterrani espanyol mai experimentaran aquesta etapa, malgrat haver implantat programes de renovació, ja que les debilitats estructurals eren massa profundes per evitar el declivi.

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

Autor	Àmbit territorial	Indicadors	Conclusions
Aguiló et.al. (2002)	Illes Balears	Característiques del turista; motius i impressions del viatge; nivell de satisfacció; estructura dels preus dels paquets turístics; flexibilitat del producte turístic basat en el viatge organitzat; relació qualitat-preu; qualitat estructura hotelera; qualitat percebuda pel turista; i evolució de la despesa	Contradictòriament a les formulacions de Morgan (1991) i Knowles i Curtis (1999), el model balear no es troba en declivi. Segons Aguiló et al. (2002), es demostra empíricament que les Balears han estat capaces d'augmentar la seva competitivitat com a destinació, gràcies a l'esforç públic-privat en la reordenació urbana, la qualificació i diversificació del producte i el foment d'un desenvolupament turístic sostenible.
Picornell Bauzá i Picornell Cladera (2002)	Illes Balears	Núm. turistes	Segons Picornell Bauzá i Picornell Cladera, l'evolució turística de les Illes Balears ha passat per dos etapes d'estancament (1973-79; 1989-1993) i dos etapes de rejuveniment (1982-88; 1994-2000). Respecte a les etapes de rejuveniment, els autors les associen a l'existència de conjuntures favorables més que a l'aplicació real d'estratègies de renovació. Les actuacions s'han centrat més en crear elements nous d'atracció, que en corregir aquelles àrees saturades.

**Font:** Elaboració pròpia a partir de Cooper i Jackson (1989); Morgan (1991); Ioannides (1992); Williams (1993); Pollard i Dominguez (1993); Agarwal (1997a); Priestley i Mundet (1998); Camisón i Monfort (1998); Knowles i Curtis (1999); Aguiló et.al. (2002); Picornell Bauzá i Picornell Cladera (2002).

## 1.2 Problemes en l'aplicabilitat del model de Butler

El CVDT no ha estat exempt de crítiques relacionades amb la seva utilitat com a eina de gestió i planificació d'una destinació. Segons Haywood (1986), perquè el model sigui operatiu és necessari tenir en compte els següents aspectes:

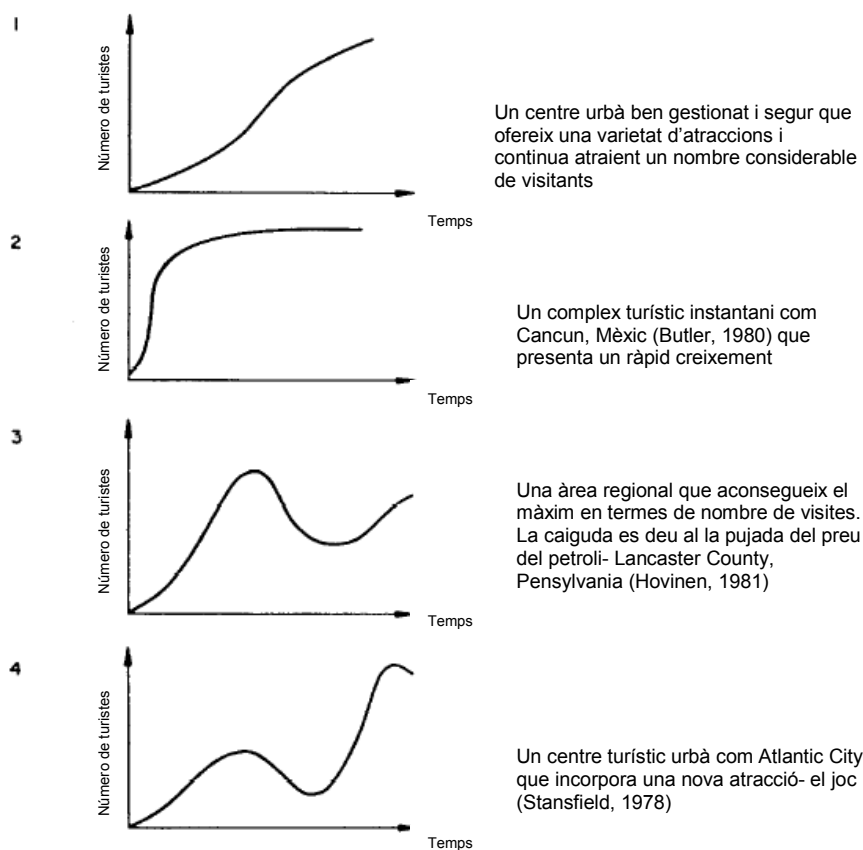
- Unitat d'anàlisi: definir clarament que és una destinació turística, una regió, una ciutat, un equipament turístic, etc. Sovint, s'ha discutit del model de Butler el concepte de destinació entès com un únic producte. En realitat, l'espai turístic està conformat per un conjunt d'elements



(hotels, atraccions, etc.) que mantenen cicles de vida propis i diferenciats (Haywood, 1986; Weaver, 1990; Gordon i Goodall, 1992; Agarwal, 1997a).

- Patró i fases del cicle de vida: empíricament s'ha observat que existeix una extremada variabilitat entre les trajectòries seguides per les destinacions, fet que implica modificacions en les fases respecte al patró de Butler (veure figura 1.4).

**Figura 1.4 Patrons de cicles de vida alternatius**



**Font: Haywood (1986).**

- Identificació de les fases: si bé Butler descriu les característiques de cadascuna de les fases, no estableix el mètode per determinar el canvi d'un estadi a un altre. Haywood (1986), proposa identificar la posició d'una destinació a partir de la variació del nombre de turistes d'un any a un altre. Aquesta modificació és representada mitjançant una distribució

normal de mitjana zero. Si la destinació presenta un percentatge de canvi inferior a  $-0,5\sigma$ , aquesta es pot classificar en l'etapa de declivi, en canvi si el percentatge és superior a  $+0,5\sigma$  es pot considerar que es troba en una fase de creixement. Amb valors entre  $+0,5\sigma$  i  $0\sigma$ , la destinació es situaria en una fase de consolidació, i entre un  $0\sigma$  i un  $-0,5\sigma$ , en una fase d'estancament. Malgrat tot, per Agarwal (1997a) és fa impossible assignar una data definitiva d'inici i finalització per a cadascuna de les fases, ja que no existeix un punt concret de trencament, sinó que és un procés gradual al llarg del temps.

- **Mercat rellevant:** el mercat turístic no és homogeni, en funció de la procedència, el tipus de segment, el mode de contractar el viatge, etc., pot manifestar diferents comportaments. En aquest sentit, Cooper i Jackson (1989) detecten a la Illa de Man, distintes trajectòries entre el nombre d'arribades per mar que per aire, mentre que durant la dècada dels vuitanta les arribades per mar mostraven un estadi de declivi, les arribades per aire dibuixaven una tendència creixent. Altres autors com Lundtorp i Wanhill (2001) contrasten el cicle de vida de Butler en els casos de la Illa de Man i en la illa danesa de Bornholm, afirmant que el cicle de vida únicament té un bon ajust si en la destinació analitzada domina un mercat turístic domèstic i repetidor.
- **Determinació de la unitat de mesura:** sovint ha estat utilitzat el nombre d'arribades turístiques com a indicador de l'evolució d'una destinació (Butler, 1980; Cooper i Jackson, 1989; Morgan, 1991), però Haywood (1986) creu que no tots els turistes provoquen el mateix impacte sobre la capacitat de càrrega d'un espai turístic. Circumstància que fa necessari incorporar nous criteris, ja assenyalats per Hovinen (1981), com la durada d'estada, la dispersió dels turistes en l'espai turístic, les seves característiques i el nombre de visites que realitzen al llarg de l'any. Paral·lelament, altres autors han fet servir per conèixer la posició d'una destinació indicadors relacionats amb la infraestructura d'allotjament, com el número d'habitacions d'hotel, la seva capacitat, estructura (categoria) i nivell d'ocupació (Williams, 1993; Cooper, 1997; Priestley i Mundet, 1998; Camisón i Monfort, 1998; Aguiló, et al. 2002); el nombre de segones residències com a forma de turisme no convencional (Strapp, 1988); o sobre el total de places ofertades (Ioannides, 1992).

- Determinació de la unitat de temps: la major part dels estudis que han aplicat el cicle de vida ho han fet a partir dades anuals. En canvi, Haywood (1986) creu interessant poder disposar d'informació quadrimestral o fins i tot mensual, tenint en compte que si es tracta d'espais turístics litorals, aquests presenten un elevat component estacional. Per altra banda, un altre dels problemes, ja apuntats per Butler (1980), és la poca disponibilitat de llargues sèries de dades, la qual cosa dificulta la comprovació del model en àrees específiques. Segons Cooper (1992), únicament les destinacions insulars disposen d'aquesta informació, ja que és més fàcil controlar les entrades dels turistes. Per aquest motiu, predominen aplicacions del model en espais insulars, com per exemple a Malta (Oglethorpe, 1984); Grand Island Louisiana (Meyer-Arendt, 1985); les illes del Carib d'Antigua, Aruba, Santa Lucía, Las Vírgenes, Grand Cayman i Barbados (Wilkinson, 1987, Weaver, 1990, France, 1991); Illa de Man (Cooper i Jackson, 1989); Bahames (Debbage, 1990) i (France, 1991); Mallorca (Morgan, 1991); Xipre (Ioannides, 1992); les illes del Pacífic de Hawaii, Guam, Marianes del Nord, Fiji, etc. (Choy, 1992); Menorca (Williams, 1993); i la Illa de Bornholm (Lundtrop i Wanhill, 2001).

A part dels aspectes mencionats, Haywood (1986) assenyala un altra debilitat en el CVDT, ja que aquest model no té en compte la influència de factors externs en l'evolució d'una destinació. L'autor afirma que el turisme està altament condicionat per l'aparició de noves àrees competidores; la implantació de noves infraestructures turístiques; l'oposició de certs grups de la societat al desenvolupament turístic; l'efecte de les companyies de transport, els touoperadors, les agències intermediàries; les necessitats, percepcions, expectatives i sensibilitat pel preu dels turistes; i les polítiques públiques desenvolupades per l'Estat. Bona part dels estudis empírics analitzats, reconeixen l'impacte d'aquests factors externs sobre les destinacions.

En resposta a les crítiques sofertes, Butler (2006a i 2006b), gairebé tres dècades després d'haver enunciat el model del CVDT, en fa una relectura i defensa a partir dels treballs realitzats per diversos investigadors que han utilitzat i modificat el model original (veure quadre 1.3).

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

**Quadre 1.3 Síntesi de les crítiques al CVDT recollides per Butler**

<b>Crítica</b>	<b>Autor</b>
La destinació com a un producte singular	Haywood; Johnston; Corak
L'homogeneïtat del mercat	Haywood; Johnston; Corak; Weizenegger; Lundtorp i Wanhill
Les dificultats de vincular turisme i sostenibilitat	Haywood; Hovinen; Marois i Hinch; Russo; Wheeler
El model del CVDT no contempla els nivells de sostenibilitat ni el grau de pressió de cada etapa	Boyd
Coexistència d'etapes en una mateixa destinació en funció de l'element turístic analitzat (productes, demanda, etc.)	Hovinen; Russo; Marois i Hinch; Corak
El CVDT no disposa d'una anàlisi profunda de les característiques internes dels espais turístics (agrupades en recursos, serveis i les polítiques del govern) ni tampoc de les condicions externes (guerres, catàstrofes climàtiques, crisis econòmiques, etc.)	Johnston
El CVDT no especifica els mecanismes de canvi que determinen el pas d'una etapa a un altre	Johnston
El CVDT dedica poca atenció a les interrelacions espacials (distància-temps, accessibilitat, etc.)	Hall
Manca definició del paper de l'empresariat en el desenvolupament d'una destinació	Russell
Excessiva linealitat del CVDT	Russell; Agarwal
El CVDT presenta distorsions quan s'analitza un mercat heterogeni	Lundtorp i Wanhill
Manca una aproximació teòrica global (el turisme en relació amb la resta de factors econòmics i socials)	Agarwal
No queden ben definides les causes i conseqüències del declivi	Agarwal
Dificultats per identificar la fase de post-estancament i la resta d'estadis del CVDT	Agarwal
És necessari incorporar al model de Butler una estadi addicional, entre les fase d'estancament i post-estancament, anomenat de reorientació. Aquesta etapa representa un continu esforç de reestructuració del mercat.	Agarwal
El concepte de declivi és difús	Manente i Pechlaner
El CVDT té caràcter predictiu només si s'acompleixen els següents requisits: coneixement profund de les forces estructurals que marquen l'activitat turística, l'ús d'indicadors rellevants i llargues sèries històriques de les variables utilitzades	Berry

**Font: Elaboració pròpia a partir de Butler (2006a i 2006b).**

Malgrat tot, Butler (2006a i 2006b) defensa la validesa i aplicabilitat actual i futura del seu model per a explicar el procés d'evolució de les destinacions turístiques.

Entre els motius que porten a l'autor a fer aquesta afirmació es troben:

- L'evidència que les destinacions no poden existir per sempre sense una planificació i gestió adequada.
- Pocs són els models que ofereixen una alternativa al CVDT.
- El fet que la gestió turística és en realitat poc compresa i rarament aplicada en moltes destinacions turístiques, donant en molts casos major importància a la promoció.
- Com Plog (1973), va apuntar que hi ha un nombre finit d'espais que es poden desenvolupar realment com a destinacions turístiques.
- L'estratègia de la sostenibilitat ha estat adoptada per alguns nuclis turístics com a forma de rejuveniment en moments de declivi, comportament d'acord amb el CVDT i ja advertit per Butler, encara que no estigui explicitat en el seu model.


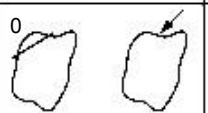
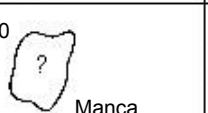
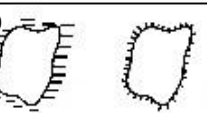









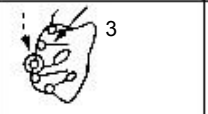
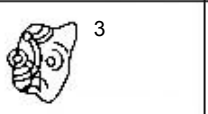



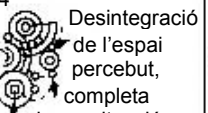

En reforç d'aquest plantejament, es pot validar la utilitat del CVDT comparant-lo amb les propostes d'altres models, com els de Miossec (1977), Chadeaud (1987) o Smith (1992), ja que aquests mantenen punts en comú amb la teoria de Butler. En tots ells es distingeixen sempre una fase de creació, un altre de desenvolupament, per acabar en un moment de crisi, que pot finalitzar en el total declivi de la destinació o bé en la seva renovació. En aquest sentit, el CVDT ofereix una interpretació més global i flexible, perquè serveix per explicar el desenvolupament de qualsevol espai turístic, ja sigui rural, de sol i platja, urbà, etc., a més de mostrar una solució més clara i sintètica a tot el procés d'evolució de les destinacions turístiques.

Miossec (1977), presenta el model de desenvolupament turístic d'una regió a partir dels quatre aspectes fonamentals que segons l'autor configuren una destinació: la pròpia organització de l'àrea, les actituds de la població receptora i dels encarregats de prendre decisions, el transport i el comportament dels turistes (veure figura 1.5). D'acord amb el model, a mesura que evoluciona l'espai turístic es distingeixen cinc fases en funció del grau de complexitat i l'impacte de l'activitat sobre el territori: 0.pre-turística, 1.pionera,

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

2.desenvolupament, 3.organització, 4.satüració i la possibilitat d'una cinquena fase, orientada a continuar el dinamisme i la transformació del territori turístic, que equivaldria a l'etapa de reestructuració. Per altra banda, entre les principals deficiències del model es detecta una manca d'aprofundiment tant en el paper dels agents implicats en el desenvolupament dels nuclis turístics, com el context socioeconòmic de l'espai de destinació (Pearce, 1988). A més de presentar certes limitacions pel que fa a l'anàlisi a escala local, donada la seva òptica regional.

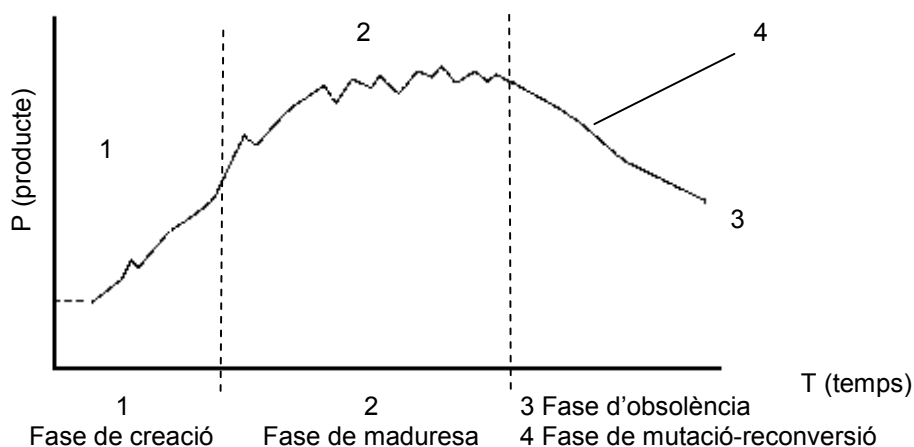
**Figura 1.5 El model d'evolució de l'espai turístic segons Miossec (1977)**

Centres turístics	Transports	Conducta del turista	Actituds dels encarregats en prendre decisions i la població de la regió receptora
0  Territori Travessat Distant	0  Trànsit Aïllament	0  Manca d'interès i coneixement	0  Miratge Rebuig
1  Centre pioner	1  Obertura	1  Percepció global	1  Observació
2  Multiplicació de centres	2  Increment de les connexions de transport entre centres turístics	2  Progrés en la percepció de llocs i itineraris	2  Política de la infraestructura que dona serveis als centres
3  Organització de l'espai per la recreació de cada centre, inici d'una jerarquia i d'especialització	3  Circuits d'excursions	3  Competència espacial i segregació	3  Segregació efecte demostració dualisme
4  Especialització per jerarquies saturació	4  Connectivitat màxima	4  Desintegració de l'espai percebut, completa humanització partida de certs tipus de turistes, formes de substitució saturació i crisi	4  Turisme total Pla de desenvolupament de protecció ecològica

Font: Miossec (1997).

Chadefaud (1987), elabora un model per explicar el paper del turisme de masses, assimilant l'espai turístic a un producte social, que s'origina amb la creació d'un mite col·lectiu per part de les classes dominants i que progressivament l'adopta la resta de societat. Aquest producte passa per tres estadis evolutius: la creació, la maduresa i l'obsolència. No obstant, s'apunta la possibilitat d'una quarta etapa, la de reconversió o mutació, consistent en substituir el mite antiquat per un de nou (veure figura 1.6). La principal crítica que s'ha fet a aquesta proposta és el paper secundari atribuït a l'espai en la dinàmica de desenvolupament turístic (Vera, et al. 1997).

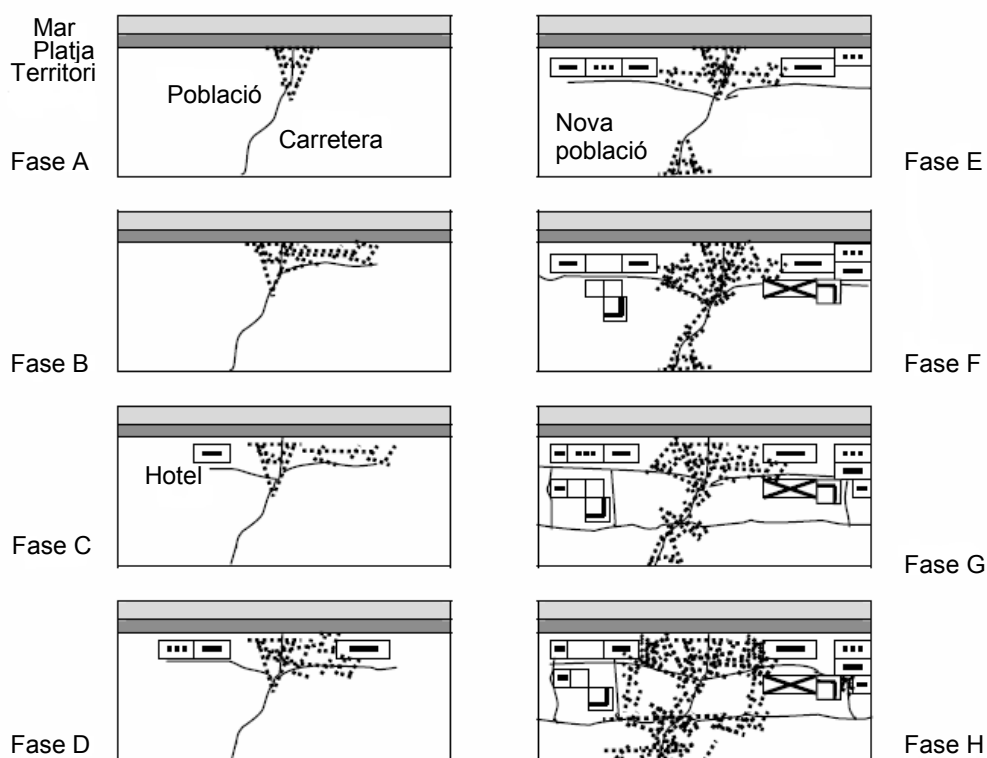
**Figura 1.6 El model d'evolució de l'espai turístic segons Chadefaud (1987)**



**Font: Chadefaud (1987).**

Smith (1992), adapta el model de Butler al turisme litoral, per tal de modelitzar un patró de formació de les estacions turístiques de platja. Segons Smith, l'evolució d'aquest nuclis turístics ve marcada pel procés d'urbanització, que passa per vuit etapes, des de ser petits nuclis de població sense presència turística, fins a convertir-se plenament en ciutats turístiques (veure figura 1.7). Entorn a aquest fort creixement urbanístic, s'associen tot una sèrie d'impactes negatius, entre ells destaquen els problemes d'erosió a les platges, l'augment de la pressió sobre el medi natural i marí i la pèrdua del mode de vida tradicional. Per tant, aquesta proposta es centra en descriure l'evolució de les destinacions únicament en base a les transformacions en l'espai, sense tenir en compte l'actitud del turista i del resident, el grau de participació de l'empresariat local i forà, o bé el nombre i composició dels visitants.

**Figura 1.7 El model de formació dels nuclis turístics de sol i platja segons Smith (1992)**



**Font: Smith (1992).**

En definitiva, el model de Butler ofereix un marc adequat per descriure l'evolució de les destinacions turístiques tradicionals de sol i platja i els seus mercats, mentre que és més complexa la seva utilització com a instrument de previsió i de planificació estratègica. Segons Cooper (1992), perquè el cicle de vida es converteixi en una eina de predicció cal aïllar i pronosticar molt bé les forces que el dirigeixen, tasca de gran dificultat, ja que les destinacions depenen de l'interrelació de factors interns i externs; i a més requereix de llargues sèries de dades per donar una paràmetres d'estimació estables. En canvi, el mateix autor defensa la funcionalitat del cicle de vida com a guia per a la planificació, ja que el coneixement de les característiques que mostra cadascuna de les fases del cicle de vida d'un centre turístic, permet dissenyar i adaptar les accions estratègiques necessàries per a gestionar la destinació al llarg de la seva evolució.



## **2. L'APLICACIÓ DE LA TEORIA DE LA REESTRUCTURACIÓ ALS NUCLIS TURÍSTICS PER PART D'AGARWAL**

L'enfocament de la reestructuració ha estat utilitzat per explicar les transformacions econòmiques i socials produïdes en la societat occidental des de la dècada dels setanta (Urry, 1990), canvis que tenen el seu origen en el pas del sistema productiu fordista (economies d'escala, concentració industrial i producció en sèrie de béns estandaritzats al menor cost possible) a un sistema postfordista (producció flexible i alts nivells de diferenciació del producte).

El turisme com qualsevol altra activitat econòmica, s'ha vist afectat per aquests processos de transformació més generals. És a principis dels setanta, quan el model de producció fordista en turisme; consolidat després de la Segona Guerra Mundial i caracteritzat per la producció en massa de productes estandarditzats, oci passiu i estàtic, manca d'oferta complementària i creixement espontani; començava a mostrar símptomes d'esgotament. Davant aquesta situació, es crea la necessitat d'establir noves estratègies per afrontar el declivi, directrius que formen part del model turístic postfordista, denominat per Poon (1994) "Nou Turisme" o també per Fayos-Solà (1996) "Nova Era del Turisme".

El turisme postfordista ve definit segons Urry (1990), Poon (1994), Marchena (1994), Donaire (1998), Ioannides i Debbage (1998) per:

- La substitució de productes estandaritzats per aquells singulars i flexibles, orientats a una demanda segmentada i disposada a pagar més per la seva qualitat.
- Increment de la importància de la demanda en detriment de l'oferta.
- La difusió espacial, on tot recurs pot convertir-se en objecte d'interès turístic.
- Les fronteres imprecises entre el turisme i altres activitats no considerades turístiques (cultura, esport, compra, congressos, etc.).

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

- La generalització de l'ús de les noves tecnologies especialment en l'àmbit de la informació com internet que afavoreix la comunicació i comercialització dels viatges personalitzats.
- Desenvolupament de pràctiques turístiques acords amb els principis de la sostenibilitat, el turista postfodista fa un ús més racional dels recursos i reivindica l'autenticitat dels espais naturals i culturals locals.
- Aparició de noves destinacions i productes tant a nivell nacional com internacional que endureixen la competència.

En aquest context de canvi, Agarwal (2002) utilitza la teoria de la reestructuració com a marc conceptual per analitzar l'evolució de les destinacions madures de sol i platja europees, així com per comprendre quines han estat les estratègies de renovació adoptades per aquests centres turístics en resposta a les noves dinàmiques de producció i consum.

Les intervencions de reestructuració en el sector turístic s'han basat en la reorganització del producte, relocalització espacial, reorganització laboral i transformació del producte (Agarwal, 2002). No obstant, la mateixa autora considera que aquestes actuacions, utilitzades també en el sector primari i industrial, han de ser replantejades per poder ser aplicades a les destinacions litorals de masses, suggerint una agrupació en dos grans estratègies i nou modalitats (veure quadre 1.4).

**Quadre 1.4 Estratègies i modalitats de reestructuració de les destinacions costaneres**

<b>Estratègies</b>	<b>Modalitats</b>
Reorganització del producte	Inversió i canvi tecnològic
	Centralització
	Especialització productiva
Transformació del producte	Millora de la qualitat del servei
	Millora de la qualitat mediambiental
	Reposicionament
	Diversificació
	Col·laboració
	Adaptació

**Font: Agarwal (2002).**

**Capítol 1. El comportament i les transformacions dels espais turístics. Marcs analítics**

En aquest sentit, les primers propostes de reorientació apareixen en algunes destinacions turístiques de l'atlàntic europeu. Aquest procés fou analitzat per Agarwal (2002) de forma particular en tres centres turístics de la costa sud-oest anglesa, Minehead, Weymouth i Scarborough, on s'implantaren tot un seguit d'iniciatives impulsades des de l'administració local en col·laboració amb el sector privat, per tal de modernitzar i recuperar el seu caràcter únic i distintiu (veure quadre 1.5).

**Quadre 1.5 Estratègies de reestructuració en les destinacions de Minehead, Weymouth i Scarborough**

	Minehead	Weymouth	Scarborough
Especialització	Desenvolupament d'un turisme actiu, cultural i patrimonial	Desenvolupament d'un turisme actiu, cultural i patrimonial	Desenvolupament d'un turisme cultural i de congressos
Millora de la qualitat	Millora de l'entorn urbà i del front marítim	Millora de l'entorn urbà	Millora de l'entorn urbà
Conservació	Protecció del patrimoni	Protecció del patrimoni	Protecció del patrimoni i de l'allotjament turístic
Reposicionament	Replantejar la imatge en base a recursos singulars de la ciutat	Ampliar les activitats de màrqueting i replantejar la imatge cap a determinats segments	Replantejar la imatge en base a recursos singulars de la destinació i intensificar el reconeixement de la ciutat coma destinació de negocis
Diversificació	Dissenyar activitats per a tot l'any; desenvolupar el potencial patrimonial, la pràctica d'esports aquàtics, vacances actives, i esdeveniments culturals i artístics	Dissenyar activitats per a tot l'any; desenvolupar el potencial patrimonial, esdeveniments culturals i artístics i estimular el mercat de conferències	Incorporar noves atraccions i instal·lacions, expansió del potencial turisme de conferències i turisme de caps de setmana i fora temporada
Professionalització	Formació turística a la població local, servei assessoria empresarial i enfortiment de negocis existents	Formació turística a la població local	Millora de la qualitat del servei
Adaptació	-----	Recollida de dades estadístiques per realitzar estudis de mercat sobre la demanda i les seves necessitats	Millora de la base de dades turística existent
Col·laboració	-----	-----	Fomentar la formació d'aliances de màrqueting en turisme i estimular la formació de societats per al desenvolupament turístic

Font: Agarwal (2002).

En altres casos, les iniciatives de renovació han estat aplicades a un determinat subsector turístic. Clegg i Essex (2000), examinen les estratègies de reestructuració implantades en l'hoteleria de Torbay (Torquay, Paignton i Brixham), un dels principals centres turístics litorals d'Anglaterra. El declivi manifestat en l'activitat turística durant els anys setanta es traduí en un tancament d'establiments hotelers de petites dimensions (menys de trenta places) i el seu canvi d'ús a residencial, comercial, però sobretot en residències per a la gent gran.

Per tal d'afrontar la recessió, el sector hotelier de Torbay va optar per dos tipus d'estratègies:

- **Competitives:** representaren la resposta dominant, es tractava del reforçament de la tasca promocional dels establiments via l'enviament de mails als clients, la millora de la qualitat dels equipaments i serveis (incorporació de piscines, sales de conferències, etc.), i en menor mesura, l'atracció de determinats segments de mercat com els de curta estada, gent gran o clients estrangers.
- **Defensives:** entre elles es trobaven la reducció de les tarifes o bé el seu manteniment en els casos de self-catering, la reducció de la plantilla i la posada en venda de la propietat.

Tanmateix, hi va haver una petita part del sector hotelier, sobretot de self-catering de petita i mitjana dimensió, que no va desenvolupar cap tipus d'estratègia, tant per la seva actitud passiva, com per les elevades debilitats existents en el negoci.

Aquestes estratègies de reestructuració també han estat implantades, entrada la dècada dels vuitanta, en destinacions de sol i platja del mediterrani espanyol. Per tal de conèixer el desenvolupament i conseqüències d'aquestes accions, s'han realitzat treballs a diferents escales geogràfiques, tant a nivell del conjunt del litoral mediterrani espanyol, Marchena i Vera (1995), Vera et al. (1997) i

Valenzuela (1998); com en àmbits turístics concrets, el litoral català per Anton (2001) i Donaire i Mundet (2001), la Costa Brava per Donaire, Fraguell i Mundet (1997), el litoral de Tarragona per Anton (1997), la Comunitat Valenciana per Vera i Monfort (1994), la Costa Blanca per Camisón i Monfort (1998) i la Costa del Sol Occidental per Navarro (2000); però sempre utilitzant com a cas d'estudi destinacions turístiques concretes, que és realment l'àmbit on s'han materialitzat i han tingut repercussió les polítiques de reestructuració.

Benidorm (Vera, 1994 i Curtis, 1997), Salou (Curtis, 1997 i Anton, 1997), Calvià (Vera, 1994; Vera, Anton, Bustamante i Ivars, 1995), Sitges (Vera, 1994 i Priestley i Mundet, 1998), Lloret de Mar, Torroella de Montgrí- l'Estartit (Donaire, Fraguell i Mundet, 1997; Priestley i Mundet, 1998), són algunes destinacions on s'han aplicat diferents mesures encaminades a la renovació del model turístic. Estratègies que poden ser classificades i localitzades en funció de les categories establertes per Agarwal (2002), tal com es recull en el quadre 1.6.

**Quadre 1.6 Estratègies de reestructuració en les destinacions del litoral mediterrani espanyol. Els exemples de Benidorm, Calvià, Sitges, Torroella de Montgrí-L'Estartit, Lloret de Mar i Salou**

Estratègies	Accions	Destinacions		
		Benidorm	Calvià	Sitges
Especialització	Especialització en determinats segments de mercat	-Turisme congressos, esportiu, familiar i de la tercera edat	-Turisme familiar i esportiu	-Turisme de congressos i gay
Millora de la qualitat	Reordenació urbana i territorial	-Construcció d'un nou passeig marítim en la Platja de Llevant (1996) -Millores en zones de platja -Embelliment de l'entorn urbà (dotació de nou mobiliari, enjardinament, etc.) -Creació de nous espais públics com el parc de l'Aiguera	-Revisió Pla General d'Ordenació Urbana del 1991, procés que dura des del 1996 al 2000, incorporant els principis de l'Agenda Local 21 -Regeneració d' àrees urbanes degradades -Implantació mesures per limitar el control de les densitats de creixement -Vianalització de carrers -Remodelació dels passeigs marítims de Santa Ponça i Palmanova (Pla Excel·lència Turística de Calvià, 1992) i creació d'un de nou a Peguera. -Senyalització turística i urbana (Pla Excel·lència Turística de Calvià, 1992-1995)	-Redacció Pla General d'Ordenació Urbana (1989), revisió en el 1998 i elaboració d'un de nou l'any 2006 -Vianalització de carrers i dotació d'equipaments urbans
	Renovació i qualificació de la planta hotelera	-Tancament d'establiments petits i obsolets -Reclassificació i obertura de nous establiments de categoria mitjana-alta -Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)	-Restriccions a l'hora de construir nous hotels, mínim quatre estrelles -Enderrocament hotels obsolets (Pla Excel·lència Turística de Calvià, 1992-1995) - Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)	-Tancament d'establiments petits i obsolets -Reclassificació i obertura de nous establiments de categoria mitjana-alta -Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)

Estratègies	Accions	Destinacions		
		Benidorm	Calvià	Sitges
Conservació	Protecció del patrimoni natural i cultural	- Agenda Local 21 (2004) -Declaració del Parc Natural la Serra Gelada i el seu entorn litoral (2005)	- Agenda Local 21 (1995) -Desprogramació de sòl urbanitzable	- Agenda Local 21 (2003) - Desprogramació de sòl urbanitzable
Diversificació	Valorització de recursos naturals i culturals	-Festes majors patronals, Falles, Fogueres de Sant Joan, etc.	-Calvià, l'Hivern Europeu i Mallorca Calvià Club ( <i>Pla Excel·lència Turística Calvià</i> , 1992-1995), conformat per l'organització de nombroses activitats en contacte amb la naturalesa, coneixement de la cultura local i l'entreteniment	-Programació d'activitats culturals associades al seu patrimoni arquitectònic i històric (ruta modernista, ruta dels americanos, ruta romàntica, etc.); natural (visites guiades al Parc Natural del Garraf); i cultural (organització d'esdeveniments com el Carnaval, Festival de Cinema Fantàstic, etc.)
	Creació de productes recreatius	-Camps de golf -Aqualandia (1985) -Parc d'animals marins i exòtics Mundomar (1996) - Parc temàtic Terra Mítica (2000) - Estació Nàutica Badia d'Altea (2001)	-Camps de golf -Aqualand (1986) -Western Water Park (2001)	-Camps de golf
Col·laboració	Creació d'organismes o disseny de polítiques fonamentades en el principi de la col·laboració mixta públic-privada	-Participació activa entre administracions, agents empresarials i socials ( <i>Agenda Local 21</i> , any 2004)	-Cooperació entre administració estatal, autonòmica, local i sector privat ( <i>Pla Excel·lència Turística de Calvià</i> , 1992-1995) -Participació activa entre administracions, agents empresarials i socials ( <i>Agenda Local 21</i> , 1995)	-Cooperació entre administració estatal, autonòmica, local i sector privat ( <i>Pla Excel·lència Turística de Sitges</i> , 2003-2005)

Estratègies	Accions	Destinacions		
		Torroella de Montgrí-L'Estartit	LLoret de Mar	Salou
Especialització	Especialització en determinats segments de mercat	-Turisme subaquàtic i escolar	-Turisme familiar, esportiu i tercera edat	-Turisme familiar i esportiu
Millora de la qualitat	Reordenació urbana i territorial	-Redacció del Pla General d'Ordenació Urbana del 1998, que limita el creixement urbanístic	-Iniciatives d'esponjament urbà (Pla Excel·lència Turística de Lloret de Mar, 1999-2001) -Milliores en el passeig marítim (Pla Excel·lència Turística de Lloret de Mar, 1999-2001) -Redacció del Pla d'Ordenació Urbana Municipal del 2006	-Redacció del Pla General d'Ordenació Urbana del 1992 i posteriorment el Pla d'Ordenació Municipal del 2003 -Remodelació de la façana marítima, en diferents sectors i períodes des de la dècada dels noranta. -Milliores en la il·luminació urbana (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003) -Milliores de les instal·lacions de platges (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003) -Senyalització turística (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003)
	Renovació i qualificació de la planta hotelera	-Obertura de nous establiments de categoria alta -Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)	-Tancament d'establiments petits i obsolets -Reclassificació i obertura de nous establiments de categoria mitjana-alta -Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)	-Tancament d'establiments petits i obsolets -Reclassificació i obertura de nous establiments de categoria mitjana-alta -Participació de l'empresariat en el Programa Q de Qualitat Turística (Secretaria General Turisme)



Estratègies	Accions	Destinacions		
		Torroella de Montgrí-L'Estartit	LLoret de Mar	Salou
Conservació	Protecció del patrimoni natural i cultural	-Declaració del Parc Natural de les Illes Medes (1990) -Reconeixement per part de l'administració local del Massís del Montgrí com a àrea d'interès natural (fins al 2000 no és declarat PEIN) -Protecció de les Basses del Ter Vell, classificades com a reserva natural pel Pla General (1983). Posterior restauració de llacunes i sistema costaner pel projecte europeu LIFE NATURA (1999-2003), a més d'una regulació i millora dels accessos -Agenda Local 21 (2002)	-Agenda Local 21 (2000) -Desprogramació de sòl urbanitzable especialment del litoral	- Agenda Local 21 (en procés elaboració, inici 2006) -Procés de recuperació del Cap Salou (iniciat al 1999 i vigent actualment) -Remodelació del Xalet Torremar (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003)
Diversificació	Valorització de recursos naturals i culturals	-Les Illes Medes com a espai d'atracció per a la pràctica del submarinisme, la realització d'excursions marítimes i la recepció de turisme escolar amb programes d'educació ambiental, entorn aquest espai d'alt valor ecològic i paisatgístic -Visites guiades durant tot l'any, per tal de donar a conèixer el patrimoni natural i cultural del municipi (el Castell del Montgrí, les Basses del Ter Vell, el massís de Montgrí, etc.)	-Rehabilitació i museïtzació del Poblat Ibèric Turó Rodó i el Castell Medieval de Sant Joan (Pla Excel·lència Turística de Lloret de Mar, 1999-2001) -Pla Estratègic de Gestió del Patrimoni de Lloret de Mar (2005)	-Creació de la ruta: Un passeig per Salou (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003) -Desenvolupament d'un camí de ronda

Estratègies	Accions	Destinacions		
		Torroella de Montgrí-L'Estartit	LLoret de Mar	Salou
Diversificació	Creació de productes recreatius	-Estació Nàutica l'Estartit- Illes Medes (1998)	-Camps de golf -Water World (1985)	-Parc temàtic Port Aventura (1995) -Estació Nàutica Salou-Cambrils-Mont-roig/Miami Platja (creada en el context del Pla d'Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003) - Teatre Auditori de Salou (2003)
Col·laboració	Creació d'organismes o disseny de polítiques fonamentades en el principi de la col·laboració mixta públic-privada	-Estació Nàutica l'Estartit-Illes Medes, associació d'empreses i entitats relacionades amb el sector del turisme que treballen conjuntament per oferir un producte integral -Participació activa entre administracions, agents empresarials i socials (Agenda Local 21, any 2002)	-Cooperació entre l'administració estatal, autonòmica, local i sector privat (Pla Excel·lència Turística de Lloret de Mar, 1999-2001) -Lloret Turisme, ens públic-privat encarregat de la promoció i gestió de la política turística local (creat el 2001, en el marc del Pla d'Excel·lència Turística de Lloret de Mar, 1999-2001) -Participació activa entre administracions, agents empresarials i socials (Agenda Local 21, any 2000)	-Cooperació entre administració estatal, autonòmica, local i sector privat (Pla Excel·lència Turística de Salou, 1999-2003) -Estació Nàutica Salou-Cambrils-Mont-roig/Miami Platja, associació d'empreses i entitats relacionades amb el sector del turisme que treballen conjuntament per oferir un producte integral

Font: Elaboració pròpia a partir de Vera (1994); Vera, et.al (1995); Curtis (1997); Donaire, Fraguell i Mundet (1997); Anton (1997); Priestley i Mundet (1998).

Altres autors com Donaire i Mundet (2001) i Anton (2001), han fet les seves pròpies interpretacions sobre les fórmules i actuacions desenvolupades en el marc de la reestructuració de les destinacions litorals.

Per Donaire i Mundet (2001), la saturació del model turístic de sol i platja, present durant la meitat dels vuitanta en el conjunt del litoral mediterrani espanyol, va provocar que els municipis més afectats adoptessin cinc tipus d'estratègies paral·leles:

1. La millora de la qualitat de l'espai turístic: es tracta d'incrementar la qualitat en la prestació de serveis públics i privats a través de plans de recuperació i regeneració de destinacions madures, amb la pretensió de millorar l'oferta i la percepció dels turistes envers una destinació, filosofia inspirada en els principis dels plans d'excel·lència.
2. La recreació de l'espai urbà: els espais turístics es caracteritzen per la fragmentació, l'ús temporal i la manca de serveis i equipaments convencionals. Per aquest motiu, es pretenen convertir els centres turístics realment en espais urbans amb funcions residencials, entre les iniciatives més comuns es troben la creació d'un centre urbà amb identitat, la unió de les diferents peces urbanes amb vies d'accés i l'oferta de nous serveis orientats a una població permanent.
3. Sostenibilitat: aplicació de criteris de sostenibilitat en el desenvolupament turístic perquè sigui suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i equitatiu des d'una perspectiva ètica i social per a les comunitats locals (Carta Turisme Sostenible de Lanzarote, 1995). En aquest sentit, les destinacions madures plantegen fonamentalment actuacions de protecció dels espais naturals, gestió més eficient dels recursos naturals, així com la reducció de les expectatives de creixement urbà.
4. Els espais hiperreals: Es tracta d'espais turístics simulats, que recreen la imatge d'un indret real o bé n'inventen un de nou. Prenen la forma de complexes d'oci fabrils, residencials, comercials i d'oci, etc.

5. Creació de productes turístics efímers: en referència a esdeveniments turístics de curta duració (unes setmanes, uns dies), on el turista opta a una oferta d'espectacles culturals, musicals i esportius de consum gairebé immediat. Entre aquests productes efímers, els d'abast internacional són els que generen una major capacitat d'atracció i permeten donar a conèixer la destinació arreu del món.

Per altra banda, Anton (2001) planteja la seva anàlisi des d'una perspectiva temporal, on les destinacions litorals immerses en el procés de reestructuració incorporen de forma progressiva tres generacions d'estratègies:

1. Renovació: iniciada en la segona meitat dels anys vuitanta amb la finalitat de corregir els problemes derivats del creixement massiu, com els dèficits urbanístics i les mancances en infraestructures, a través de la dotació d'espais públics, reordenació del front marítim, millora de l'accessibilitat urbana, etc. L'estratègia de renovació té continuïtat durant la dècada dels noranta, però dirigida a la millora estètica i funcional de les destinacions i a l'increment de la qualitat dels establiments turístics. Els plans d'excel·lència i dinamització turística són un exemple d'incorporació d'aquestes iniciatives en la planificació turística.
2. Singularització: iniciada a començaments de la dècada dels noranta, per tal diversificar l'oferta turística amb la incorporació de nous productes, que complementen l'oferta tradicional de sol i platja des de l'àmbit de l'esport (golf, activitats nàutiques, etc.), l'oci (parcs temàtics, aquàtics i altres instal·lacions d'entreteniment), la naturalesa, la cultura, el negoci, la salut, etc.
3. Sostenibilitat: iniciada a mitjans de la dècada dels noranta, es basa en posar en valor els recursos ambientals i culturals i en l'aplicació de programes de sostenibilitat a nivell local, iniciatives que ofereixen identitat i prestigi a la destinació.

Entre totes les estratègies de reestructuració identificades, destaca la de sostenibilitat, tant perquè és l'única que és identificada per tots els autors, com perquè les seves expressions i actuacions aporten una major incidència en la globalitat de la destinació.

De fet, la incorporació de la sostenibilitat al desenvolupament turístic de masses de sol i platja s'ha convertit en gairebé una necessitat per tal d'assegurar la competitivitat d'aquests espais, principalment per:

- Aparició de noves destinacions competidores en el marc de la Mediterrània (Marroc, Tunísia, Egipte), que també ofereixen el producte sol i platja, però a preus més barats i en entorns no degradats.
- Deteriorament de l'atractiu de la destinació, degut a un creixement urbanístic desmesurat, que ha transformat el paisatge original i en alguns casos superat la capacitat de càrrega del territori.
- Canvis en les pautes de consum de la demanda, el turista actual és considera cada vegada més segmentat, el qual exigeix un producte variat i singular en un entorn cuidat.

Sota el paradigma de la sostenibilitat, diverses destinacions madures de sol i platja del mediterrani europeu han aconseguit diferenciar i diversificar el seu producte tradicional, a través de la recuperació i posada en valors dels recursos patrimonials naturals i culturals, així com millorar l'entorn natural, econòmic i social gràcies a la implantació de sistemes de gestió mediambientals. En definitiva, el desenvolupament turístic sostenible, impulsat principalment des de l'administració pública a diferents escales territorials, esdevé un dels objectius claus en la planificació i política d'aquestes destinacions (Bramwell, 2004).

Tanmateix, el turisme de masses s'ha considerat, en termes generals, menys sostenible que les pràctiques turístiques "alternatives" (turisme rural, turisme cultural, etc.), basades en un desenvolupament a petita escala, on participa la població local i es valora el paisatge i la cultura. Però no necessàriament tots els tipus de turisme de masses són insostenibles, ni totes les modalitats alternatives responen als principis de la sostenibilitat. Així, des de la dècada dels noranta,

algunes destinacions de masses de sol i platja del mediterrani europeu han aplicat amb èxit iniciatives fonamentades en aquests principis (Bramwell, 2004).

Les estratègies de reestructuració també s'emmarquen dins el complex procés de planificació dels espais turístics. Agarwal i Shaw (2007), recullen la postura de diversos experts que han avaluat les principals dificultats a l'hora de gestionar les destinacions de sol i platja. Aquests autors apunten tres elements crítics que afecten aquest procés:

- Desenvolupament sostenible; si bé, la gestió ambiental i la revalorització del patrimoni han estat iniciatives freqüentment utilitzades per a diversificar i qualificar el producte de sol i platja, existeixen encara dificultats per a reconduir el model de creixement turístic de masses, fet que qüestiona la sostenibilitat futura de les destinacions. Segons Priestley i LLurdés (2007), la sostenibilitat de l'activitat passa per incorporar qualitat, innovació i especialització als espais turístics.
- Estandardització versus singularització: el desenvolupament de noves formes turístiques per a satisfer les exigències del turista actual sovint s'han realitzat sense una reflexió prèvia sobre les seves implicacions. En aquest sentit, els experts reclamen un major coneixement dels impactes del turisme abans que aquests succeeixin, per tal de tenir-los en compte en el moment de formular els objectius, les estratègies i actuacions de planificació turística d'un espai determinat.
- El paper de l'Estat en la configuració i planificació dels espais turístics: existeix acord entre els experts entorn la manca de planejament i control per part de les administracions de les destinacions de sol i platja, fet que ha contribuït a desenvolupar una activitat turística intensiva i altament depredadora de recursos. A més reconeixen, les dificultats d'operar en climes polítics inestables o bé sistemes de dependència com el clientelisme.

### 3. VINCLES CONCEPTUALS ENTRE LES PROPOSTES D'INTERPRETACIÓ

En un període de transformació, la gestió dels espais turístics ha d'adaptar-se a les noves dinàmiques turístiques de consum i producció. Diversos autors han assenyalat aquest moment com un canvi de cicle, un pas del sistema de producció fordista al potfordista, que tant Agarwal (2002) de forma més clara i directa amb l'aplicació de la teoria de la reestructuració, com Butler (1980) amb el model de cicle de vida del producte, han intentat reflectir i associar a les alteracions sofertes en les destinacions turístiques.

De fet, el cicle de vida de Butler i la teoria de la reestructuració, si bé són formalment diferents, s'han plantejat com a interpretacions complementàries i explicatives d'aquest moment de transformació de les destinacions turístiques. Segons Agarwal (2002), el cicle de vida de Butler serveix com a model descriptiu del desenvolupament gradual d'una destinació, on hi juga un paper destacat la dinàmica interna de l'espai turístic. Mentre que la teoria de la reestructuració es focalitza en analitzar la fase d'estancament, a partir d'explicacions de caire més global, contextualitzades en un entorn de canvi a nivell econòmic, social i cultural. La mateixa idea és defensada per autors com Anton (1993), Ivars (2003) i Oliver (2004), conclusió que utilitza aquest últim a l'hora d'estudiar el model turístic tradicional de la Costa Brava, afirmant el següent: *“Com es pot comprovar, les dues interpretacions dels senyals d'esgotament del turisme català, i de la Costa Brava, aparegudes ara fa quinze anys, ni són antagòniques ni excloents, ja que els problemes del turisme de masses, en el sentit de producció fordista, enllacen perfectament amb les noves exigències de rejuveniment i de redefinició de l'oferta turística que el model del cicle de vida de la indústria exigeix”* (Oliver, 2004: 5).

No obstant, Agarwal (2002) descobreix dos dificultats rellevants a l'hora d'interrelacionar el model del cicle de vida de Butler i la teoria de la reestructuració:

- El cicle de vida pot ser aplicat a qualsevol període d'una societat capitalista, en canvi les tesis de reestructuració es refereixen a un fase concreta del capitalisme, la postfordista.

- En tots dos models no queden definides quines són les causes i les conseqüències del declivi. Per aquest motiu, l'autora prefereix parlar del declivi com a resultat de la interacció entre forces internes i externes. Les forces externes s'expliquen pels canvis econòmics i socials globals, que afecten al mode de producció (major flexibilitat, incorporació de tecnologia, individualització del producte, etc.) i consum (noves necessitats, motivacions de la demanda, etc.). Mentre que les forces internes, estan relacionades bàsicament amb la pèrdua dels atributs singulars del producte, la disminució de la qualitat, la manca d'inversió tant pública com privada i la degradació de l'entorn. Respecte a aquestes consideracions, es comprèn que si bé totes les destinacions es veuen afectades per les forces externes, no succeeix el mateix amb les forces internes, ja que aquestes dependran del tipus de desenvolupament turístic implantat.

Deixant de banda les discussions teòriques, tant Agarwal (2002), Anton (1993), Ivars (2003) com Oliver (2004) valoren la utilitat dels dos models com a marcs interpretatius adequats per a conèixer en profunditat les dinàmiques de les destinacions turístiques litorals consolidades. Els plantejaments respectius pretenen explicar les causes i conseqüències del declivi i proposen estratègies dirigides a afrontar la maduresa d'aquests espais turístics.

Tanmateix, els plantejaments postulats per Agarwal (2002) en referència a la teoria de la reestructuració, conjuntament amb altres estudis realitzats (Marchena, 1994; Donaire, 1998, Ioannides i Debbage, 1998; Ivars, 2003), permeten assenyalar que no existeix una clara ruptura entre el fordisme i el postfordisme. Més aviat, s'entèn com un procés de coexistència d'ambdós models, amb un important component dialèctic (Marchena, 1994). El fet que hi hagi més elements de continuïtat que de ruptura s'explica, segons Donaire (1998) per tres motius:

1. El turisme tradicional ja presentava característiques postfordistes.
2. Obertura de nous mercats com els països de l'Europa de l'Est, que es troben encara en l'etapa fordista amb motivacions bàsiques de sol i platja.



3. La diversitat de respostes de les destinacions en el període de transició del model, que es mouen entre l'adaptació, la resistència i la substitució.

En aquest mateix sentit, Ioannides i Debbage (1998) utilitzen el concepte de neofordisme per explicar el context turístic actual, que no es fonamenta en canvis significatius, sinó en adaptacions sobre la base del model de producció fordista. Per tant, el procés es converteix més en una evolució que no en una substitució del model: *“En comparació amb el postfordisme el terme neofordisme no implica un canvi radical de la vella pràctica. En el context de la indústria, neofordisme es refereix a la contradicció inherent de nivells creixents de concentració i d'organització industrials, cada vegada més grans, mentre que simultàniament s'imposa la sofisticació, marques, estratègies de supersegmentació i flexibilitat del productes.”* (Ioannides i Debbage, 1998: 116)

Per Ivars (2003), el paradigma neofordista també és el més adequat per analitzar l'abast de les noves dinàmiques de producció i consum en els espais turístics espanyols, perquè s'ajusta millor a la realitat, on coexisteixen pràctiques prefordistes, fordistes i postfordistes.

Més enllà de discussions sobre la interpretació de les noves dinàmiques turístiques de consum i producció, sembla que el futur de les destinacions turístiques tradicionals passa per prolongar el poder d'atracció del sol i platja, mitjançant l'aplicació d'estratègies dirigides a la diversificació i adequació del producte i serveis a les exigències d'un turista que demanda qualitat i diferenciació. Estratègies de reestructuració, que segons Agarwal (2002), han de fonamentar-se en el caràcter únic de les localitats (les singularitats del territori i de les persones que hi viuen) i al mateix temps mantenir continuïtat en el temps, ja que els atractius d'una destinació poques vegades són intemporals. Caldrà veure també com les destinacions litorals incorporen altres dinàmiques associades a processos creatius de caràcter cultural, que s'han demostrat efectives en contextos territorials urbans (veure Richards i Wilson, 2006).

## **CAPÍTOL 2. LA RESPOSTA DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA: LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPANYOLA I CATALANA DES DE LA DÈCADA DELS NORANTA**

Per analitzar la política turística és necessària una reflexió prèvia sobre el concepte de política pública, quin és el seu context actual i escales d'actuació, la tipologia de polítiques públiques i quines d'elles incideixen més directament en el turisme.

En aquest capítol s'analitza l'evolució de la política turística espanyola i catalana des de la dècada dels noranta, mitjançant el plantejament d'un conjunt de qüestions claus: és necessària la intervenció de les administracions públiques en l'activitat turística? el seu grau d'implicació ha canviat al llarg del temps? quins són els objectius i instruments de la política turística? les actuacions desenvolupades s'han adequat als problemes i reptes del sector? quin és el paper de la Unió Europea? Respondre a aquestes qüestions és fonamental per entendre els processos de planificació turística de les destinacions madures.

### **1. LES POLÍTIQUES PÚBLIQUES AMB INCIDÈNCIA TURÍSTICA**

Les polítiques públiques són regles i accions que tenen com a finalitat donar resposta a la multiplicitat de necessitats, interessos i preferències de grups i persones que conformen una societat. Per a la seva elaboració es segueix un itinerari seqüencial, configurat per sis etapes (Subirats, 1994):

1. Percepció i definició del problema: els problemes són un conjunt de fets o circumstàncies que dificulten la consecució d'alguna finalitat. Es considera que no existeix un únic problema sinó un conjunt de problemes interdependents, que requereixen d'una aproximació global. Tanmateix, la seva detecció té un elevat component subjectiu, ja que depèn de la rellevància pública, dels recursos disponibles, voluntat política, etc.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

2. Formulació d'alternatives de solució: un cop detectat el problema i inclòs en l'agenda del govern, es tracta de plantejar en un marc d'objectius generals i específics diferents línies d'acció, que contemplin a la vegada les seves possibles conseqüències, a través d'un treball prospectiu.
3. Adopció de l'alternativa: consisteix en seleccionar l'alternativa o combinació d'alternatives més adequades per tal de resoldre el problema.
4. Implementació: fase en que es posa en pràctica la política pública adoptada, en la qual intervenen diferents nivells governamentals i actors socials.
5. Avaluació i control del efectes produïts: es dirigeix a analitzar la configuració del programa, la seva implementació i l'impacte. Per tant, es valora l'eficàcia de la política, el grau de satisfacció aconseguit i el seu nivell d'eficiència.
6. Manteniment, revisió i finalització de la política: és l'última etapa, consistent en pensar sobre la possible continuïtat, modificació o finalització de les polítiques.

En el cas espanyol les polítiques públiques han tingut un caràcter clarament centralista fins la dècada dels setanta. L'entrada en vigor de la Constitució de 1978 va permetre una important transferència de competències a les comunitats autònomes i el ple desenvolupament del govern local. Aquest procés ha afavorit el desplegament de les polítiques públiques en aquestes administracions. No obstant, el disseny actual de les polítiques públiques es revela com una activitat que opera en un entorn multinivell, perquè tant la Unió Europea, com l'Estat espanyol, les respectives comunitats autònomes i el poder local, tenen la capacitat de configurar accions, normatives i definir estratègies.

L'activitat turística, pel seu caràcter transversal i la seva capacitat d'afectació a diversos àmbits i sectors, és un clar exemple de com poden actuar les polítiques públiques a diferents escales, però també dels necessaris vincles de la pròpia política turística amb altres tipus de polítiques. En aquest sentit, es reflexionarà sobre quines són les polítiques que més comparteixen objectius i instruments amb l'activitat turística i els seus nivells d'execució administrativa.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

En funció de l'espai d'aplicació de les polítiques públiques amb incidència turística, es pot parlar de quatre modalitats:

- Econòmiques i socials: agrupa les polítiques relacionades amb les estratègies productives i tots aquells programes vinculats al benestar.
- Territorials: dirigida a l'ordenació i planificació del territori (planificació territorial, urbanística, de promoció de ciutats, etc.).
- Mediambientals i culturals: són aquelles que es preocupen per la protecció dels valors naturals i culturals.

### **1.1 La política econòmica i social**

El turisme està influenciat per les característiques socioeconòmiques del territori on es desenvolupa, però també de les pròpies dels països emissors. Donada aquesta relació, es fa necessari conèixer la vinculació existent amb l'activitat econòmica en general i la interacció de sectors com l'educació, la sanitat, la protecció social o la immigració amb el fenomen turístic.

La política econòmica té gran transcendència en el fenomen turístic, ja sigui perquè el turisme és una activitat de consum, i per tant els turistes generen moviments econòmics que han de ser regulats i fomentats, com en el sentit que una bona política econòmica permetrà millorar els nivells de renda, amb la qual cosa, el consumidor podrà destinar l'excedent dels seus ingressos al consum turístic. En conseqüència, s'ha de reconèixer tant l'efecte regulador de les polítiques econòmiques sobre les activitats turístiques, com el caràcter transversal i l'impacte del turisme en el sistema econòmic (veure Cortés, 2008).

Tenint en consideració aquesta doble implicació, és lògica la vinculació existent entre alguns instruments reguladors de la política econòmica amb el fenomen turístic, sobretot els relacionats amb els sectors monetari i fiscal i les noves estratègies d'innovació, qualitat i competitivitat.

Avui en dia, els avantatges competitius constitueixen l'element clau de qualsevol estratègia econòmica, tant a les empreses com als governs. Entre les diferents directrius plantejades, cal destacar la incorporació d'innovacions tecnològiques i la qualitat en els serveis de consum. De fet, el Pla Nacional d'Investigació

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Científica, Desenvolupament i Innovació Tecnològica 2004-2007 I+D+I, introdueix quatre línies estratègiques d'actuació prioritàries en l'àmbit turístic:

- Competitivitat del sector turístic: a través de la innovació en el disseny de polítiques turístiques; el desenvolupament i revisió de les tècniques d'avaluació dels impactes econòmics del turisme; les polítiques mediambientals i els clústers de coneixement i innovació associats al sector turístic.
- Solucions tecnològiques integrades avançades en empreses i instal·lacions turístiques: mitjançant arquitectura i equipament urbà pensat pel turisme; robòtica, demòtica i instal·lacions de realitat virtual; i adequació dels establiments turístics a les necessitats de les persones discapacitades.
- Turisme i medi ambient: amb el disseny de models d'avaluació de la capacitat de càrrega de la destinació; implantació de sistemes de gestió mediambiental; integració de sistemes d'estalvi i gestió d'aigua, energia i residus.
- Gestió de la informació: a partir del disseny i utilització de dispositius d'informació i senyalització turística; sistemes d'informació i reserva que permetin mecanitzar l'oferta de les PIMES i dels petits municipis; gestió i difusió de la informació sobre la qualitat turística; sistemes d'informació per facilitar la cooperació i coordinació entre destinacions.

Pel que fa a la qualitat, durant els últims anys les empreses espanyoles han començat a implantar sistemes de qualitat, amb l'objectiu de millorar els productes, reduir costos, satisfer les noves necessitats dels clients, permetre accedir a nous clients i mantenir la seva fidelització. En aquest sentit, l'administració espanyola fomenta la cultura de la qualitat empresarial, mitjançant l'elaboració de plans com el Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol (2000-2006), o bé donant suport a organitzacions com l'Entitat Nacional de Acreditació (ENAC) i l'Institut per a la Qualitat Turística Espanyola, entre d'altres.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

La política fiscal i monetària sempre ha tingut una relació prou destacada amb el turisme, sobretot perquè les diferències entre els nivells de renda i el valor de la moneda en els països receptors i emissors han facilitat o bé condicionat els fluxos turístics entre els diferents països, circumstància que ha afavorit a moltes regions turístiques emergents, com va passar en el mediterrani espanyol fins als anys noranta. En qualsevol cas, la integració a la Unió Europea i l'assumpció de l'euro com a moneda única, ha fet perdre part d'aquest avantatge competitiu als països del mediterrani nord i l'ha traslladat als del sud, al Carib o més recentment als Estats Units. També existeixen altres tipus de polítiques fiscals amb incidència turística més dirigides a un objectiu concret, en aquesta categoria es troben els impostos ambientals o ecotaxes. El govern balear va aprovar el 2001, de forma pionera a l'Estat espanyol, un impost directe (entre 0,25 i 2 € al dia) que havia d'abonar el turista amb l'objectiu de destinar la seva recaptació a invertir en el propi sector i en la regeneració mediambiental, la mesura va durar menys d'un any per les fortes pressions del sector privat, que la considerava un problema més que una solució.

L'educació i la formació en matèria turística és una qüestió clau per oferir un servei adequat a les exigències d'un mercat experimentat. La creació d'escoles de turisme universitàries; centres amb cicles formatius en hoteleria, restauració, animació sociocultural; acadèmies de nàutica; escoles de golf o tennis; etc., en definitiva, la formació de personal qualificat en tots aquells àmbits on l'activitat turística és present, contribueix a la millora de la qualitat i la competitivitat de les destinacions turístiques.

Una legislació sanitària poc estricta, que no garanteixi unes mínimes condicions sanitàries pot coartar la presència del turista modern, cada vegada més exigent, no tan sols amb el recurs, sinó amb la globalitat de l'experiència turística. En alguns països com Espanya, la possibilitat de ser atès de forma gratuïta si es pateix qualsevol contrarietat mèdica és un element favorable més per ser visitat. De fet, l'existència d'uns bons serveis sanitaris i la gratuïtat de les operacions o de les medicines als pensionistes es converteix en un factor altament valorat (a part del clima i els preus barats) per a un determinat segment turístic, el dels jubilats estrangers europeus.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

La consolidació d'un sistema de protecció social sòlid té més rellevància pel sector turístic que la que aparentment se li suposa. A la consolidació de les vacances pagades en molts països europeus des de els anys trenta, se li sumen programes com el de "Vacances per a Gent Gran i pel Manteniment de l'Ocupació en Zones Turístiques a Espanya", organitzat per l'Institut de Gent Gran i Serveis Socials (IMSERSO), que subvenciona viatges per la tercera edat, de gran importància per algunes destinacions en temporada baixa. Benidorm, és un clar exemple de destinació que ha sabut aprofitar aquest pla de vacances per tal de trencar l'estacionalitat.

La immigració és un fenomen lligat a espais econòmics dinàmics com són els turístics. El turisme i la construcció requereixen d'un important mercat de treball, caracteritzat per la inestabilitat, excessives hores de treball i salaris relativament baixos. En moltes ocasions, aquest tipus de treball no el vol realitzar la població autòctona i l'empresariat espanyol opta per contractar població immigrant, sovint amb poca qualificació professional. Uns adequats plans i programes d'integració social i laboral, facilitaran la inserció d'aquest col·lectiu i de forma indirecta el desenvolupament turístic dels llocs on viuen i treballen. En aquest sentit, l'Estat ha aprovat el Pla Estratègic per a la Ciutadania i Integració 2007-2010, orientat a potenciar la cohesió social a través del disseny d'actuacions entorn a dotze àrees d'actuació: acollida, educació, ocupació, habitatge, serveis socials, salut, infància i joventut, dona, igualtat de tracte, participació, sensibilització i codesenvolupament.

## **1.2 La política territorial**

El territori és un element determinant per al turisme, en quant és factor d'identitat i diferenciació, font de recursos imprescindibles per a la configuració de productes turístics, així com base física on s'implanta la pròpia activitat. Per tant, la política territorial destaca entre les polítiques públiques per la seva especial contribució al model de desenvolupament turístic.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

La política territorial engloba tot tipus d'intervenció del sector públic dirigida a identificar, solucionar i prevenir els problemes territorials. L'instrument més utilitzat en el procés d'ordenació són els plans, que es poden classificar en tres tipus (Pujadas i Font, 1998):

- Territorials: aporten directius i preveuen reserves de sòl per tal d'aconseguir un adequat desenvolupament del territori. La seva escala d'aplicació és la regional i subregional, mitjançant l'aprovació de plans territorials de caràcter general o parcial.
- Sectorials: proposen actuacions relacionades amb la millora d'un sector específic a diferents escales.
- Urbans: tracten d'organitzar el creixement i distribuir correctament els diferents usos del sòl d'un terme municipal. Són coneguts com a Plans Generals d'Ordenació Urbana (PGOUs), actualment Plans d'Ordenació Urbanística Municipals (POUMs), Normes Subsidiàries de Planejament (NSPs) o bé Projectes de Delimitació del Sòl Urbà (PDSUs) per aquells municipis més petits, amb poc dinamisme immobiliari.

La planificació a Espanya ha tingut tradicionalment molt poca implantació en totes les seves escales d'ordenació, pràcticament fins a la dècada dels noranta l'únic instrument de regulació fou el planejament urbà. De fet, la classificació i normatives generades de la Llei del Sòl de 1956 i la posterior reforma del 1975, es manifestaren com a insuficients per a organitzar l'espai en coherència i amb una visió de futur racional. En moltes ocasions, van permetre infraestructures i actuacions urbanístiques que malmeteren o bé facilitaren un ús poc adequat d'algunes zones, limitant les seves potencialitats. Tanmateix, arrel de la Constitució del 1978, aquesta dinàmica comença a canviar amb la transferència de competències en matèria planificació territorial, sectorial, urbanística i d'habitatge a les comunitats autònomes. El planejament a escala regional o subregional i la coordinació amb el territori local, pràcticament inexistent fins aleshores, inicià el seu desenvolupament.

Pel que fa a les comunitats autònomes del litoral mediterrani espanyol, que és l'espai on hi ha més presència turística, el primer instrument de planificació



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

regional (veure quadre 2.1) en l'àmbit específicament litoral no apareix fins el 1990 a Andalusia, es tracta de les Directrius Regionals del Litoral d'Andalusia. En la resta de comunitats no es consolidà cap tipus de planejament regional litoral fins l'any 2004, amb las Directrius i Pla d'Ordenació Territorial del Litoral de la Regió de Múrcia, el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner de Catalunya (2005) i el Pla d'Acció Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana (2006), paradoxalment, les Illes Balears no han redactat cap pla d'aquesta tipologia. Per altra banda, s'ha de destacar que l'existència d'un pla de caire general pel conjunt de les Illes Balears, en un territori de caràcter fonamentalment litoral, a la pràctica actua també com a regulador de l'espai costaner. L'elaboració de figures de planejament regional general també és molt recent i incompleta, només Catalunya amb el seu Pla Territorial General (1995) i les Illes Balears amb les Directrius d'Ordenació Territorial de les Illes Balears i Mesures Tributàries (1999), tenen aquest tipus de planejament. Lògicament, els plans d'escala subregional (veure quadre 2.1) encara són més recents, tots sobrepassen l'any 2000, només el Pla Director del Delta de l'Ebre (1996) és de mitjans dels noranta.

La planificació sectorial, a diferència de la planificació territorial que té una visió més global, es centra en una temàtica concreta. Existeix una gran varietat de polítiques territorials sectorials, que Pujades i Font (1998) agrupen en planificació d'infraestructures, planificació d'equipaments col·lectius, gestió mediambiental i planificació de sectors econòmics. La planificació sectorial amb vincles amb l'activitat turística (veure quadre 2.1) sorgeix a les regions litorals ja a la dècada dels vuitanta, sobretot per pal·liar el dèficit d'infraestructures bàsiques generades pel gran creixement urbà i turístic durant les dècades dels seixanta i setanta. No obstant, només es troben plans sectorials de temàtica específicament turística en les comunitats de les Balears, Catalunya i Andalusia. A les Illes Balears, on el turisme és la principal activitat econòmica, apareixen els primers plans sectorials turístics, el Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística de Mallorca (1996) i el d'Eivissa i Formentera (1997). A Catalunya, i més concretament al Camp de Tarragona, en un intent de marcar les línies de la necessària convivència, entre la indústria i el turisme es redacta el Pla Director Urbanístic de les Activitats Industrials i Turístiques al Camp de Tarragona (2003). Pel que fa a Andalusia, s'aprova l'any 2003 el Pla General de Turisme

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

d'Andalusia, que té una cobertura integral del territori. En aquest context, s'han detectat vincles entre planificació sectorial turística i territorial a escala regional, a través de Directrius i Plans Sectorials d'Ordenació dels Recursos Turístics, Plans d'Ordenació de l'Oferta Turística i Plans de Ordenació Turístics d'algunes comunitats autònomes (Ivars, 2003).

La planificació urbana, que es troba en mans dels ajuntaments, és fonamental en l'ordenació i gestió del territori. Aquest tipus de planejament té gran incidència en els espais de destinació turística, ja que els Plans d'Ordenació Urbanística Municipals (POUMs) defineixen la classificació del sòl, la tipologia de les edificacions i la dotació i millora d'infraestructures, equipaments i serveis. Les corporacions municipals també disposen dins dels POUMs de mecanismes específics, com els Plans Especials Urbanístics (PEUs) i els Plans de Millora Urbana (PMUs), que es poden utilitzar per a preservar i recuperar elements paisatgístics, naturals, històrics i culturals. Com s'ha dit, aquesta planificació ha estat gairebé l'única existent fins al desplegament de les competències per part de les comunitats autònomes. En l'actualitat, tant el planejament general com sectorial, marquen una sèrie de directrius i normatives que condicionen en certa manera la planificació urbana, a més, tots els POUMs han de ser revisats pels governs regionals per comprovar que s'ajusten a la legislació vigent, de totes maneres, aquest control no ha alterat el protagonisme dels municipis en matèria planificació urbana.

**Quadre 2.1 Instruments de planificació territorial i sectorial amb incidència turística sobre els espais litorals del mediterrani espanyol**

Comunitats autònomes	Territorials regionals	Territorials subregionals	Sectorials	
			Regionals	Subregionals
Catalunya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla Territorial General de Catalunya (16/03/1995)</li> <li>- Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner(25/05/2005)</li> <li>- Pla Director Urbanístic dels àmbits dels sistema costaner integrats per sectors de sòl urbanitzable delimitat sense el pla parcial aprovat (16/12/2005)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla Director del Delta de l'Ebre (05/03/1996)</li> <li>- Pla Territorial Parcial de les Terres de l'Ebre (15/05/2001)</li> <li>- Pla Director Territorial de l'Empordà (03/10/2006)</li> <li>- Pla Director Urbanístic de Rodes (12/01/2007)</li> <li>- Pla Territorial Parcial del Camp de Tarragona (elaboració)</li> <li>- Pla Territorial Parcial de la Regió Metropolitana de Barcelona (elaboració)</li> <li>- Pla Director Urbanístic de l'àrea urbana del Camp de Tarragona (elaboració)</li> <li>- Pla Director Urbanístic del Garraf (elaboració)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla de Carreteres de Catalunya (25/10/1985)</li> <li>- Pla d'Espais d'Interès Natural (14/12/1992)</li> <li>- Pla de Ports de Catalunya (12/06/2001)</li> <li>- Pla de Transports de Viatgers de Catalunya (04/03/2003)</li> <li>- Pla d'Aeroports de Catalunya (26/08/2003)</li> <li>- Pla Director d'Heliports de Catalunya (12/09/2003)</li> <li>- Pla d'Infraestructures Ferroviàries 2003-2025 (30/09/2003)</li> <li>- Pla d'Infraestructures de Transport de Catalunya 2006-2026 (25/07/2006)</li> <li>- Pla d'Equipaments Comercials (10/10/2006)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla Director d'Infraestructures de Transport Públic 2001-2010, per a la regió metropolitana de Barcelona (25/04/2002)</li> <li>- Pla Director Urbanístic de les Activitats Industrials i Turístiques al Camp de Tarragona (31/07/2003)</li> <li>- Pla Director Urbanístic del Ferrocarril Orbital Metropolità (elaboració)</li> </ul>

Comunitats autònomes	Territorials regionals	Territorials subregionals	Sectorials	
			Regionals	Subregionals
Comunitat Valenciana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla d'Ordenació Territorial (elaboració)</li> <li>- Pla d' Acció Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana (exposició pública 17/02/2006)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla d'Acció Territorial de l'Entorn Metropolità d'Alacant i Elx (23/02/2005)</li> <li>- Pla d'Acció Territorial de la Vega Baja (informació pública 03/05/2005)</li> <li>- Pla d'Acció Territorial de l'Entorn de Castelló (informació pública 01/06/2005)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- II Pla de Carreteres de la Comunitat Valenciana (01/06/1995)</li> <li>- Pla Integral de Residus de la Comunitat Valenciana (24/12/1997)</li> <li>- II Pla Director de Sanejament i Depuració de la Comunitat Valenciana (01/09/2003)</li> <li>- Pla d'Acció Territorial de caràcter sectorial sobre prevenció del Risc d'Inundacions en la Comunitat Valenciana (28/01/2003)</li> <li>- Pla d'Acció Territorial de caràcter sectorial de Corredors d'Infraestructures (15/04/2005)</li> </ul>	
Múrcia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directrius i Pla d'Ordenació Territorial del Litoral de la Regió de Múrcia (18/06/2004)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actuació d'Interès Regional de l'Aeroport Internacional de la Regió de Múrcia</li> </ul>	

Comunitats autònomes	Territorials regionals	Territorials subregionals	Sectorials	
			Regionals	Subregionals
Andalusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directrius Regionals del Litoral d'Andalusia (17/04/1990)</li> <li>- Bases i Estratègies del Pla d'Ordenació del Territori d'Andalusia (04/05/1999)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori d'Andalusia (28/11/2006)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Ponent Almeriense (30/07/2002)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori de l'Àmbit de Doñana (09/12/2003)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori de la Badia de Cadis (27/07/2004)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Litoral de Granada (elaboració)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Litoral Occidental de Huelva (27/06/2006)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Litoral Oriental-Axarquía de Màlaga (18/07/2006)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori de la Costa del Sol Occidental (18/07/2006)</li> <li>- Pla d'Ordenación del Territori de la Costa Nord- oest de Cadis (elaboració)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori de la Janda (elaboració)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Camp de Gibraltar (elaboració)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori del Llevant Almeriense (informació pública 07/11/2007)</li> <li>- Pla d'Ordenació del Territori de l'Agglomeració Urbana de Màlaga (informació pública 05/12/2007)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pla Director d' Infraestructures d'Andalusia 1997-2007 (11/05/1999)</li> <li>- Pla Director Territorial de Gestió de Residus Urbans d'Andalusia (26/10/1999)</li> <li>- Pla General de Turisme d'Andalusia (09/12/2003)</li> <li>- Pla General d'Esports d'Andalusia (27/01/2004)</li> <li>- Pla Director d'Infraestructures d'Andalusia 1997-2007 (11/05/1999)</li> <li>- Pla de Prevenció d'AVINGudes i Inundacions en Lleres Urbanes d'Andalusia</li> <li>- Pla Energètic d'Andalusia 2003-2006 (01/04/2003)</li> </ul>	

Comunitats autònomes	Territorials regionals	Territorials subregionals	Sectorials	
			Regionals	Subregionals
Balears	- Directrius d'Ordenació Territorial de les Illes Balears i mesures tributàries (03/04/1999)	- Pla Territorial Insular de Menorca (25/04/2003) - Pla Territorial Insular d'Eivissa i Formentera (aprovació inicial 30/07/2004) - Pla Territorial Insular de Mallorca (13/12/2004)	- Pla Director Sectorial d'Equipaments Comercials de les Illes Balears (12/12/1996) - Pla Director Sectorial de Carreteres (12/05/2001) - Pla Director Sectorial de Transport de les Illes Balears (aprovació inicial 07/09/2004) - Pla Director Sectorial Energètic de les Illes Balears (06/04/2001)	- Pla Director Sectorial Gestió de Residus de Menorca (13/02/1993) - Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística de Mallorca (06/04/1995) - Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística de les illes d'Eivissa i Formentera (14/03/1997) - Pla Director Sectorial Gestió de Residus Urbans de Mallorca (18/02/2000) - Pla de Gestió de Residus Urbans d'Eivissa i Formentera (14/04/2001)

Font: Ministeri de Medi Ambient, Govern d'Espanya. ( actualitzat a 01-03-2008).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

La planificació territorial, sectorial i urbana tenen en comú el seu caràcter normatiu, això significa que regulen les actuacions públiques i privades. No obstant, des de mitjans de la dècada dels vuitanta, s'ha incorporat un nou tipus de planificació, la planificació estratègica, per afrontar *“problemes relacionats bàsicament amb la competència entre ciutats i territoris amb avantatges comparatius similars, en un context marcat per la gran mobilitat territorial de les empreses i per la necessitat de combinar els esforços del sector públic i dels agents privats”* (Pujadas i Font, 1998: 365). Aquest tipus de planificació ve definida per les següents característiques:

- No és normativa ni vinculant, es basa en el compromís entre agents i administració.
- Elabora orientacions, planteja alternatives i línies d'acció.
- Aporta complementarietat a les altres modalitats de planificació amb incidència territorial, perquè introdueix noves dimensions (econòmica, social, cultural, etc.).
- Fomenta la participació i el consens de tots els agents econòmics, socials i ciutadania.
- El seu caràcter integral, que permet aproximar-se a la naturalesa complexa del turisme.

La planificació estratègica va aparèixer a Espanya a partir dels noranta, amb un àmbit d'aplicació a diferents escales territorials: des de comunitats autònomes, a províncies, comarques, grans metròpolis, o ciutats mitjanes. De totes maneres, els plans estratègics no únicament s'han aplicat al territori, sinó també a certs àmbits o sectors, com les infraestructures, els equipaments, en matèria de medi ambient, indústria, turisme, etc.

L'enfocament estratègic ha estat tradicionalment utilitzat a l'hora d'abordar la problemàtica dels espais turístics consolidats, ja que:

- Ofereix un coneixement ampli de la destinació, gràcies a la realització d'una anàlisi i diagnòstic, on es detecten les fortaleces i debilitats.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Defineix estratègies i plans d'actuació a curt, mig i llarg termini, per tal d'adaptar i reposicionar les destinacions turístiques.
- Crea un clima participatiu i cooperatiu entre el sector públic i privat.

### **1.3 La política mediambiental i cultural**

El turisme és una de les activitats econòmiques que aporta majors beneficis a l'economia espanyola, tant en termes de creació de llocs de treball com de rendes. No obstant, al igual que d'altres activitats, requereix del consum de recursos (sòl, energia, aigua, paisatge, patrimoni cultural, etc.) i de la producció de residus i contaminants, per tant, la gestió sostenible dels recursos del territori és necessària per mantenir els valors naturals i culturals dels espais on es desenvolupa el turisme i que són la base de la pròpia activitat. Per tal de conservar el medi ambient i el patrimoni històric com a recurs turístic i factor de competitivitat, l'administració pública, a diferents escales territorials, disposa de lleis, programes, plans i distintius que incideixen en la gestió dels espais turístics litorals.

El deteriorament ambiental sofert per alguns espais, resultat d'un creixement turístic-residencial ràpid i improvisat, amenaça la viabilitat d'aquelles destinacions turístiques madures, principalment del litoral mediterrani espanyol, que no s'adapten a les exigències de qualitat del turista actual. Als anys seixanta i setanta, durant la primera gran transformació del litoral vinculada als usos turístics, els instruments de protecció no resultaren prou eficaços, circumstància que s'aprofità per explotar el territori amb escàs control. Malauradament, no va aparèixer cap normativa ambiental suficientment restrictiva com per a conservar el litoral dels excessos urbanístics fins la Llei de Costes del 1988, que conjuntament amb la Llei del Sòl del 1975, van representar un gran avanç en aquest sentit. La principal aportació de la Llei de Costes fou determinar la impossibilitat de construir qualsevol habitatge dins del domini públic marítim terrestre i en una franja de servitud com a mínim de 100 m. Malgrat tot, no ha estat tan efectiva com es podria esperar, ja que fora de la primera franja de protecció, l'únic límit de construcció el marquen els POUMs i per tant queda a criteri dels municipis, a més, no es va obligar a enderrocar les construccions consolidades durant l'anterior LLei del 1969.



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Tanmateix, la Llei de Costes de 1988 continua vigent i només s'han aplicat algunes mesures de complement o reforç, com Les Estratègies per a la Defensa del Domini Públic Marítim Terrestre. Programa d'Adquisició de Finques (2005). Amb aquesta mesura el Ministeri de Medi Ambient, a través de la Direcció General de Costes, ha posat en funcionament un programa de compra de terrenys en el litoral, amb l'objectiu de reforçar la protecció de la costa. Es tracta d'incorporar al domini públic marítim terrestre nous espais, que no poden ser inclosos al mateix per la seva pròpia naturalesa. La selecció de les zones susceptibles d'adquisició són proposades per l'administració autonòmica i local, d'acord amb la sensibilitat i voluntat d'aquestes administracions en revaloritzar el seu patrimoni natural i paisatgístic. Les primeres actuacions s'han realitzat a Catalunya, amb l'expropiació de la finca pertanyent al Club Mediterráneo, situada al Cap de Creus (espai declarat des del 1998 Parc Natural) dins el terme de Cadaqués, i la parcel·la de Radio Liberty, localitzada al municipi de Pals. Paral·lelament, amb el mateix objectiu, el Ministeri de Defensa ha firmat un protocol amb la Direcció General de Costes, en el qual es compromet a transmetre aquelles finques situades a la costa sense ús militar, per incorporar-les en el domini públic marítim terrestre.

Una altra de les importants contribucions per evitar la desaparició i degradació d'alguns espais litorals, es concreta amb la promulgació de la Llei de Conservació dels Espais Naturals i de la Flora i Fauna Silvestres del 1989, que substitueix la fragmentària Llei d'Espais Naturals Protegits del 1975. La Llei del 1989, amb una enfocament més global ja que considera el medi natural com un tot, garanteix la protecció d'aquelles àrees i elements naturals que ofereixen un interès singular des del punt de vista científic, cultural, educatiu, estètic, paisatgístic i recreatiu. Entre els aspectes més rellevants de la llei, es troba la definició de categories d'espais protegits (parcs nacionals i naturals; reserves naturals, monuments naturals i paisatges protegits) i la creació dels Plans d'Ordenació dels Recursos Naturals (PORNs), instruments de gestió de determinats àmbits territorials per a la recuperació i conservació integral dels recursos, espais naturals i espècies a protegir. Entre totes les figures destaquen els Parcs Nacionals, que representen el màxim nivell de protecció possible. Al litoral espanyol existeixen set Parcs Nacionals: Doñana (Cadis, Huelva i Sevilla);

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

Timanfaya (Illa de Lanzarote-Canàries); Arxipèlag de Cabrera (Balears); Les Illes Atlàntiques (Pontevedra i La Coruña); La Caldera de Taburiente (Illa de La Palma-Canàries), Garajonay (Illa de La Gomera-Canàries); Teide (Illa de Tenerife-Canàries), dels catorze que hi ha en total. No obstant, les figures de protecció a Espanya ofereixen una diversitat més gran que la contemplada per la Llei estatal, ja que les comunitats autònomes tenen competència administrativa en aquesta matèria i han desenvolupat les seves pròpies figures de protecció i mesures d'actuació (veure quadre 2.2). Per tal d'incorporar aquestes diferents normatives autonòmiques i adaptar la llei a la legislació europea, es va publicar una nova normativa espanyola de conservació de la naturalesa, la Llei del Patrimoni Natural i la Biodiversitat del 2007, que deroga i substitueix la del 1989.

**Quadre 2.2 Figures de protecció per comunitats autònomes**

<b>Comunitats autònomes</b>	<b>Figures de protecció comuns</b>	<b>Figures de protecció pròpies</b>
Andalusia	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Paratge Natural, Parc Periurbà i Reserva Natural Concertada
Aragó	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Àrees Naturals Singulares
Astúries	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	
Balears	Parc Nacional, Parc Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Paratge Natural, Reserva Natural Integral, Reserva Natural Especial, Llocs d'Interès Científic i Microreserves, Àrea Natural d'Especial Interès, Àrea Rural d'Interès Paisatgístic, Àrea d'Assentaments en Paisatges d'Interès
Canàries	Parc Nacional, Parc Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Parc Rural, Reserva Natural Integral, Reserva Natural Especial, Lloc d'interès Científic
Cantàbria	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Parc Regional, Àrea Natural d'Especial Interès
Castella la Manxa	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Microreserva, Reserva Fluvial, Paratge Natural, Zona Sensible
Castella i Lleó	Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Parc Regional
Catalunya	Parc Nacional, Parc Natural i Reserva Natural	Paratge Natural d'Interès Nacional

**Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta**

<b>Comunitats autònomes</b>	<b>Figures de protecció comuns</b>	<b>Figures de protecció pròpies</b>
Comunitat Valenciana	Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Paratge Natural, Paratge Natural Municipal i Llocs d'Interès
Extremadura	Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Corredor Ecològic i de Biodiversitat, Parc Periurbà de Conservació i Oci, Lloc d'Interès Científic, Arbres Singulars i Corredors Ecoculturals
Galícia	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Aiguamoll Protegit, Espai Natural d'Interès Local, Zona d'Especial Protecció dels Valors Naturals i Espai Privat d'Interès Natural
Madrid	Parc Nacional, Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Parc Regional
Múrcia	Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Parc Regional
Navarra	Reserva Natural, Monument Natural, Paisatge Protegit i Parc Natural	Reserva Integral, Enclau Natural; Àrea Natural Recreativa i Àrea de Protecció de la Fauna Silvestre
País Basc	Parc Natural	Biòtop Protegit i Arbre Singular
La Rioja	Parc Natural, Reserva Natural, Monument Natural i Paisatge Protegit	Àrea Natural Singular

**Font: Ministeri de Medi Ambient, Govern d'Espanya. (actualitzat a 30-06-07).**

Les reserves marines complementen les mesures de preservació de l'espai litoral i en alguns casos es converteixen en pròpiament el recurs per a noves pràctiques turístiques, com el submarinisme o el turisme escolar, que contribueixen a diversificar i desestacionalitzar el turisme de sol i platja. Les reserves marines, que apareixen amb una Ordre Ministerial d'Agricultura, Pesca i Alimentació del 1982, són figures de protecció pesqueres mitjançant les quals es regulen els usos i l'explotació del medi marí, amb la finalitat d'incrementar la regeneració natural i conservació dels ecosistemes més representatius. Actualment, a Espanya existeixen deu Reserves Marines: les Illes Columbretes (Comunitat Valenciana), Cabo de Gata-Níjar (Andalusia), Illa d'Alborán (Andalusia), Masia Blanca (Catalunya), Illa de la Palma (Canàries) creades pel Ministeri d'Agricultura Pesca i Alimentació; Illa de Tabarca (Comunitat Valenciana), la Illa Graciosa (Canàries), Cabo de Palos-Islas Hormigas (Múrcia), Punta de la Restinga-Mar de las Calmas (Canàries), Reserva Marina Cala Ratjada (Balears), amb gestió compartida entre el Ministeri i l'administració pesquera autonòmica. A més, d'algunes espais marins protegits per les pròpies

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

administracions autonòmiques de Catalunya, la Comunitat Valenciana i el País Basc: Àrea Protegida de les Illes Medes (Catalunya), Zona vedada Ses Negres (Catalunya), Parc Natural del Cap de Creus (Catalunya), Reserva Marina del Cap de Sant Antoni (Comunitat Valenciana), Reserva Natural Marina de Serra d'Irta (Comunitat Valenciana), Reserva Marina de les Freus d'Eivissa i Formentera (Balears), Reserva Marina del Nord de Menorca (Balears), Reserva Marina Badia de Palma (Balears), Reserva Marina de Migjorn de Mallorca (Balears), Reserva Marina de l'Illa del Toro (Balears), Reserva Marina de les Illes Malgrats (Balears), Biòtop protegit de l'àrea Gaztelugatxe (País Basc).

Al marge del marc legislatiu ambiental espanyol, existeixen tres figures que intervenen en la preservació dels hàbitats i paisatges singulars, es tracta de la Xarxa Natura 2000 de la UE, les Reserves de la Biosfera i els Béns Declarats Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO. La Directiva 92/43/CEE de Conservació dels Hàbitats Naturals i de la Flora i Fauna Silvestre, promoguda per les institucions europees, estableix els principis bàsics que han d'aplicar tots els estats membres per a la conservació del medi natural. D'aquesta Directiva neix la Xarxa Natura 2000, integrada per les Zones d'Especial Conservació (ZEC) i les Zones d'Especial Protecció per a les Aus (ZEPA). Les Reserves de la Biosfera i els Béns Declarats Patrimoni de la Humanitat també intenten preservar aquelles àrees geogràfiques d'especial valor a nivell mundial, però és més un reconeixement que una protecció real. En total a Espanya existeixen quaranta reserves, de les quals deu es localitzen al litoral, aquesta xifra permet situar l'Estat espanyol entre els països amb major nombre d'espais amb aquesta categoria. Per altra banda, Espanya compta amb sis espais naturals declarats Patrimoni de la Humanitat: el Parc Nacional de Doñana (també Reserva de la Biosfera), Eivissa (natural i cultural), Parc Nacional de Garajonay, Palmerar d'Elx, Parc Nacional del Teide i Pirineus-Monte Perdido (natural i cultural), el quatre primers ubicats en poblacions litorals.

Les comunitats autònomes també compten amb plans específics de caràcter supramunicipal per a la conservació, bon ús i gestió del litoral, que com ja s'ha vist formen part de l'estratègia general desenvolupada en matèria de política territorial (veure quadre 2.1). La funció d'aquests plans és orientar i coordinar les diferents polítiques que incideixen en el litoral, com el Pla d'Acció Territorial del

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Litoral de la Comunitat Valenciana (2006), que preveu en aquells espais d'alt valor paisatgístic i que no tinguin cap altra protecció ambiental, urbanística o territorial, ser classificats com a no urbanitzables protegits pels plans generals del municipis afectats, però sense perjudici de concretar la seva delimitació mitjançant la realització d'un estudi de paisatge realitzat a partir dels criteris que s'estableixen en la Llei d'Ordenació i Protecció del Paisatge de la Comunitat Valenciana (2004). Però també existeixen els que determinen l'ordenació territorial i urbanística del sòl litoral, mitjançant normatives i directrius vinculants, com el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (2005) de Catalunya, que pretén preservar aquells terrenys que encara no han sofert un procés de transformació urbanística significatiu, és a dir, de les unitats no urbanitzables i de les urbanitzables no delimitades, així classificades pels POUMs, i situades en tot el litoral de Catalunya dins la franja de 500 m d'amplada a partir del domini públic marítim terrestre, més els àmbits exteriors a l'esmentada franja inclosos en els àmbits propositius de regulació del sòl costaner que la sobrepassin.

Tanmateix, una de les figures més novedoses en l'àmbit de les polítiques mediambientals i culturals són els Catàlegs del Paisatge de Catalunya, una proposta única en defensa de la singularitat paisatgística integral. Els catàlegs del Camp Tarragona i de la Plana de Lleida han finalitzat el 2007 però encara estan pendents d'aprovació. Aquest instrument, que ve precedit de la Llei de Protecció, Gestió i Ordenació del Paisatge de Catalunya (2005), té com a objectiu incorporar els valors paisatgístics en el planejament territorial a Catalunya i en les polítiques sectorials, i així d'aquesta manera adoptar els principis i estratègies d'acció que estableix el Conveni Europeu del Paisatge (2000), promogut pel Consell d'Europa.

Finalment, dins l'estratègia de la sostenibilitat i especialment en el camp mediambiental, apareixen una sèrie de nous instruments de control, entre els que destaquen, les Agendes Locals 21, les ecoetiquetes i els sistemes de gestió mediambientals.

L'Agenda Local 21 és un pla d'acció, de caràcter no vinculant, que conté aquelles estratègies consensuades entre administració, agents econòmics i societat, per tal d'aconseguir un desenvolupament sostenible en un territori, a

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

mig i llarg termini. Aquesta iniciativa té una forta implantació en espais turístics madurs, ja que ofereix un marc adequat per a reorientar el seu model de creixement. De fet, Calvià, una de les principals destinacions turístiques de les Balears, es convertí el 1995 en el primer municipi espanyol que iniciava un procés d'Agenda Local 21. Des de llavors, un bon nombre de governs locals l'han posat en marxa, alguns d'ells importants destinacions turístiques del litoral mediterrani espanyol com Lloret de Mar, Vila-seca, Salou, Cambrils, Alcúdia, Palma de Mallorca, Sant Antoni de Portmany, Sant Lluís, Eivissa, Mahó, Manacor, Benidorm, Alacant, Marbella i Roquetes de Mar.

Pel que fa a les ecoetiquetes, que són distintius que garanteixen un comportament respectuós amb el medi ambient més enllà de l'establert per llei, s'han aplicat també en l'àmbit turístic, dirigides especialment a les instal·lacions i als processos que s'hi desenvolupen (hotels, càmpings, cases rurals, parcs aquàtics i temàtics, ports esportius i restaurants). A Espanya es poden trobar productes i serveis turístics amb certificació internacional de la Biosfera, Etiqueta Ecològica de la Unió Europea, Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental de la Generalitat de Catalunya, Doñana 21 per a la Comarca de Doñana (Andalusia) i Distintiu Ecoturístic del municipi d'Alcúdia (Mallorca), etc., tot una diversitat de distintius amb objectius i àmbits d'actuació diversos, que en alguns casos s'han utilitzat més com una imatge promocional que com un veritable instrument de valorització ambiental.

El Sistema de Gestió Mediambiental (SGMA) són eines que permeten a les organitzacions avaluar i millorar la seva conducta ambiental. Per a dissenyar i implantar un SGMA existeixen dues normes de caràcter voluntari, a través de les quals l'organització pot aconseguir la certificació. Es tracta de la norma internacional ISO 14.001 i el reglament europeu EMAS (EcoManagement and Audit Scheme). Diverses empreses turístiques espanyoles, de forma individual, han estat certificades d'acord a aquestes dues eines de gestió, i alguns ajuntaments turístics han integrat el reglament EMAS en el seu sistema general de gestió municipal, gràcies al projecte Municipi Turístic Sostenible (anteriorment denominat Municipi Verd), impulsat per la Secretaria General de Turisme en col·laboració amb la Federació Espanyola de Municipis i Províncies (FEMP).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

En definitiva, tant les ecoetiquetes com els sistemes de gestió ambiental tenen com a objectiu reduir l'impacte ambiental d'una determinada activitat, sent ambdós instruments compatibles.

Per altra banda, la política cultural també té incidència en l'activitat turística, en el sentit que la cultura i les seves manifestacions són elements d'atracció i de singularització d'una destinació. Respecte a la conservació del patrimoni històric, l'Estat disposa de la LLei de Patrimoni Històric Espanyol del 1985, normativa que contempla tres nivells de protecció, que ordenats de menor a major importància són: Patrimoni Històric Espanyol, Inventari General de Béns Mobles i Béns d'Interès Cultural. A més d'una sèrie de categories, a partir de les quals s'apliquen normes de protecció concretes en relació al Patrimoni Arqueològic, Patrimoni Etnogràfic, Inventari de Béns Mobles de l'Església Catòlica, Patrimoni Documental i Patrimoni Bibliogràfic. A nivell estatal, la conservació del patrimoni espanyol és responsabilitat de l'Institut del Patrimoni Històric Espanyol, i amb aquest objectiu ha dissenyat i executat diversos plans nacionals, com són el Pla de Catedrals, el Pla de Patrimoni Industrial, el Pla d'Arquitectura Defensiva i el proper Pla del Paisatge Cultural. Tanmateix les pròpies comunitats autònomes tenen competència en aquesta matèria i totes disposen de lleis per a protegir, conservar, rehabilitar i fomentar el propi patrimoni cultural.

A la política de protecció del patrimoni cultural espanyol s'incorporen altres figures de preservació promogudes per institucions internacionals, com la UNESCO. Aquesta organització, amb l'objectiu de preservar, catalogar i donar a conèixer llocs amb importància cultural de caràcter excepcional, disposa des del 1972 d'un llistat de Béns Declarats Patrimoni de la Humanitat. Espanya es situa en segona posició a nivell mundial en relació als elements Patrimoni de la Humanitat de caràcter exclusivament cultural, després d'Itàlia. Més recentment, des del 1999, la UNESCO disposa d'un programa d'Obres Mestres del Patrimoni Oral i Immaterial de la Humanitat, que contempla les tradicions i expressions orals, arts de l'espectacle, usos socials, rituals i actes festius, coneixements i usos relacionats amb la naturalesa i l'univers i tècniques artesanals tradicionals. A Espanya, El Misteri d'Elx (2001) i la Patum de Berga (2005) han estat declarats Patrimoni Oral i Immaterial de la Humanitat.

## **2. LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPANYOLA**

El sector públic participa en l'àmbit econòmic, social i ambiental de qualsevol societat, amb major o menor grau depenent del sistema polític i econòmic vigent, així com de la disponibilitat de recursos. Diversos autors (Bote i Marchena, 1996; Sancho, 1998; López Palomeque 1999; Monfort; 2000, Ivars 2003; Velasco, 2004) justifiquen que en el desenvolupament de l'activitat turística la intervenció pública ha de jugar un paper destacat, per motius com:

- Potencial contribució del turisme al benestar social: l'activitat turística sovint ha esdevingut un factor de desenvolupament socioeconòmic i reequilibri territorial, per la seva capacitat d'introduir innovacions, generar amplis mercats de treball, d'atraure capital inversor extern i comportar una elevada inversió en infraestructures i equipaments públics per al gaudi tant del turista com del resident.
- Provisió de béns públics: la pràctica turística està estretament vinculada a l'existència de tot un seguit de béns públics que l'Estat gestiona (platges, monuments històrics, etc.) i produeix (infraestructures, seguretat, sanitat, etc.).
- Impactes del turisme: al igual que la resta d'activitats econòmiques és un element transformador i estructurador del territori que pot generar impactes tant de signe positiu com negatiu. En aquest sentit, l'Estat té la funció de controlar les externalitats econòmiques negatives, la degradació ambiental i afrontar la desigualtat social.
- Assegurar l'interès general i el bé comú, en una activitat que comprèn gran quantitat d'agents amb interessos i projectes, en alguns casos contraposats.

L'acció de l'administració pública es veu traduïda en el l'elaboració de polítiques turístiques. Velasco defineix com a política turística *"el conjunt articulat i coherent, de decisions i actuacions que duen a terme els governs en l'àmbit territorial de la seva competència, amb la intenció d'aconseguir uns objectius determinats, en relació als fets de diferent naturalesa que genera el procés d'atracció, estança i residència ocasional de ciutadans"* (2004: 74). És un tipus



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

de política econòmica sectorial, que es caracteritza per presentar una destacada complexitat, ja que agrupa multitud d'activitats directa (hostaleria, construcció, comerç, transport) o indirectament (alimentació, sanitat, etc.) relacionades amb el turisme, cadascuna amb problemes diferents i específics. Al mateix temps, es veu afectada per altres polítiques econòmiques sectorials (educativa, transports, infraestructures, mediambiental, etc.) i instrumentals (monetària, fiscal, exterior, laboral, etc.). A nivell espanyol, la política turística es divideix en tres escales d'actuació:

- Estatal: des de la Secretaria d'Estat, Comerç i Turisme, que depèn del Ministeri d'Economia, es marquen els objectius i estratègies que han de servir de marc de referència i adaptar-se a les característiques de cada territori.
- Regional: introduïda per la Constitució del 1978, resultat del procés de descentralització administrativa, en que les comunitats autònomes adquireixen competències exclusives en la gestió, planificació i promoció del sector turístic.
- Local: és la forma bàsica d'organització turística, la qual disposa de múltiples competències que incideixen en el desenvolupament de l'activitat (urbanisme, sanejament, medi ambient, patrimoni, etc.).

L'articulació de les estratègies de les polítiques turístiques es realitza a través de plans, programes i mesures legislatives, que permeten aconseguir els objectius predeterminats. Tanmateix, abans de passar a analitzar de forma detallada els instruments desenvolupats des de la dècada dels noranta en el marc espanyol i català, es creu convenient conèixer quins són els motius que impulsen a l'administració a incorporar processos de planificació activa en l'activitat turística.

### **2.1 La situació recessiva de l'activitat turística a finals dels vuitanta**

El litoral mediterrani espanyol és un dels principals escenaris de desenvolupament del turisme de masses, gràcies a una sèrie de canvis en la societat europea de la dècada dels cinquanta en relació a la millora general del nivell de vida, progrés tecnològic en els transports, generalització de l'automòbil, abaratiment del transport aeri, disminució de la jornada laboral i la instauració de

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

les vacances pagades. En aquest context internacional favorable, s'afegeixen altres factors a escala nacional i regional que han permès la seva implantació:

- De caràcter geogràfic: La proximitat de la regió als països emissors i la combinació d'un clima benigne amb abundants platges, tots dos recursos molt apreciats pels turistes procedents de les regions més fredes del continent.
- De caràcter socioeconòmic: La crisi de les activitats tradicionals i el fet que durant molt temps Espanya tingués un nivell de vida per sota de la mitjana europea, van contribuir a l'expansió de l'activitat.

El model turístic espanyol s'ha caracteritzat per un creixement desmesurat tant del nombre de visitants com de places hoteleres i extrahoteleres, amb una elevada concentració espacial. Aquest creixement accelerat d'ocupació intensiva de l'espai, molt associat al negoci immobiliari, es va realitzar de manera improvisada, desordenada, sense cap tipus de planificació que contemplés les necessitats d'infraestructures i serveis, i a la recerca del màxim benefici en el menor temps possible.

Pel que fa a l'oferta, s'implanta un tipus de turisme organitzat per majoristes de viatges, que ofereixen productes homogenis basats en els atractius sol i platja, distribuïts en forma de paquet turístic a un preu barat. Estan dirigits a un consumidor de classe mitjana-baixa, amb un actitud clarament passiva, ja que limita les seves vacances a passar moltes hores a la platja o a la piscina del hotel, i en alguns casos a visitar determinats llocs d'interès històric o natural, prèviament seleccionats pels touoperadors. A la pràctica d'aquest turisme tradicional, s'afegeix el turisme residencial, en un primer moment iniciat per turistes estrangers, i posteriorment a partir dels setanta, dirigit per demanda del propi país, el qual ha contribuït a reforçar el turisme de masses. Per tant, el perfil del turista de sol i platja es troba ben allunyat del d'aquells primers viatgers del Grand Tour (segle XVII), fills de nobles anglesos que viatjaven per complementar la seva educació, interessats en conèixer altres formes de vida, costums, monuments, etc. del continent europeu.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

L'estratègia d'especialització en un turisme de sol i platja ha comportat al sector, per una banda una elevada vulnerabilitat davant qualsevol conjuntura internacional desfavorable, i per l'altra una forta dependència respecte a un segment de demanda específic. La primera inflexió que va rebre el sector, fou arran de les dues crisis energètiques del 1973 i posteriorment del 1979, que desembocaren en períodes de recessió econòmica per als països de l'Europa Occidental, els principals proveïdors del turisme de masses. Des del punt de vista turístic es traduí en una reducció del nombre d'arribades de turistes; si bé al 1973 Espanya havia rebut 34.559.000 de turistes estrangers, al 1974 perdia el 12,2 % del seu volum, al 1975 el 0,7 % i en el 1976 el 0,4%. Les xifres no es recuperaren fins al 1978, moment que s'aconseguien superar les del 1973, amb 39.970.000 de visitants procedents de l'estranger. Durant la segona crisi energètica (1979-1980) es tornà a reduir la quota de mercat, però en menor intensitat, ja que ràpidament es recuperà (dades extretes del Llibre Blanc del Turisme Espanyol, 1990). Deu anys més tard, finals dels vuitanta principis dels noranta, el sector turístic espanyol va haver d'afrontar de nou una inflexió, aquesta vegada considerada realment de crisi, per la confluència de tot un seguit de causes, que a continuació es comenten:

- El nivell d'apreciació de la pesseta, aquesta aconseguí una cotització més elevada en el mercat de divises internacional, que provocà un encariment de les vacances dels europeus. Alguns autors com Cals (1991) parlen de l'existència d'una situació econòmica contradictòria, ja que els preus de l'allotjament eren força baixos, en canvi la resta de serveis i béns consumits pel turista eren superiors als d'altres països competidors i molt semblants als dels països emissors. Així doncs, Espanya deixava de ser competitiva en base als preus.
- Crisi econòmica de l'Europa occidental, que va anar acompanyada d'un augment de l'atur i d'una disminució en el poder adquisitiu de la població (Buswell, 1996).
- Canvis en les motivacions de la demanda, ja que el turista cada vegada és més experimentat en la pràctica turística i per tant, més exigent amb el productes que li ofereixen. Es tracta d'un turista que demana productes

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

de qualitat i valora la diferenciació i l'autenticitat en l'experiència turística, fugint de l'estandardització. Per altra banda, és molt més dinàmic i participatiu, intervé en el disseny del seu viatge i requereix d'activitats en la pròpia destinació relacionades amb continguts patrimonials, culturals i naturals.

- Competència d'altres països emergents especialitzats en el producte sol i platja, sobretot del mediterrani oriental, que ofereixen novetat, exotisme, preus barats i entorns no degradats.
- Saturació i deficiències en infraestructures, equipaments i serveis, resultat de la manca de planificació i d'inversió pública.
- Envelliment de la planta hotelera per una escassa inversió en la renovació i modernització dels establiments, que respon a la progressiva disminució dels ingressos percebuts, així com una actitud per part dels empresaris d'excessiva confiança en el sector i de visió a curt termini.
- Degradació ambiental generada per una implantació territorial abusiva en el consum de recursos com el sòl, l'aigua, l'energia i el paisatge.

Aquesta realitat amb importants desequilibris s'ha consolidat gràcies a una política turística que ha mantingut una postura altament permissiva davant els impactes i les transformacions que el desenvolupament turístic estava comportant. Des del naixement del turisme fins a finals de la dècada dels vuitanta, s'han identificat en la política turística espanyola tres etapes (veure Bote i Marchena, 1996; Ivars 2003; Velasco 2004), una primera coneguda per Planificació Indicativa (1960-1973), en que l'Estat va tenir com a objectiu prioritari el creixement intensiu tant de l'arribada de turistes com d'oferta turística. Durant aquesta primera fase, la política del govern es dirigí a promocionar i estimular el sector turístic, el qual era vist simplement com una activitat conjuntural (relacionada a modes, condicions econòmiques i polítiques dels països emissors) que permetia compensar la balança comercial del país. En aquest període es van desenvolupar diferents Plans de Desenvolupament Econòmic i Social, on es contemplava el turisme, tanmateix la perspectiva de planificació fou inexistent. La segona etapa correspon a l'inici del procés de

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

liberalització i de transferència de competències a les comunitats autònomes (1974-1982), o també anomenada Fase de Modernització, on la política turística es caracteritzà per continuar donant èmfasi a les xifres com a indicador d'èxit. Segons Bote i Marchena (1996), encara que els objectius no havien variat, si que s'experimentaren transformacions qualitatives de la mà del procés de descentralització, en que l'administració central adquirí una paper menys intervencionista en turisme, a favor de la transferència de les competències a les comunitats autònomes. Cal destacar d'aquest període, l'intent de vinculació de la planificació del territori amb la planificació turística a escala provincial o comarcal, a través dels Plans d'Aprofitament de Recursos Turístics i dels Plans d'Ordenació de l'Oferta Turística, directrius que van quedar en meres orientacions per no estar integrades als plans urbanístics, els quals si són vinculants (Ivars, 2003). La tercera etapa pertany a la política neoliberal i a la culminació del procés de transferència de competències a les comunitats autònomes (1982-1989/1991), o també dita d'Adaptació Institucional, en la que es produeix una retirada de l'Estat en matèria de turisme i es dona plena veu a la política turística regional. Les primeres comunitats autònomes que desenvolupen iniciatives de planificació són Catalunya (1983), Balears (1987) i la Comunitat Valenciana (1990) mitjançant els seus respectius Llibres Blancs de Turisme, documents que van tenir com a eix principal la connexió de les polítiques d'ordenació del territori amb la planificació sectorial turística, però al igual que els Plans d'Aprofitament dels Recursos Turístics i d'Ordenació de l'Oferta Turística, no van presentar un marc normatiu que els acompanyés. En síntesi, la política turística era incapaç de marcar objectius estratègics en un context de fragmentació en diferents nivells i manca d'instruments de coordinació i cooperació que establissin relacions entre ells (Bote i Marchena, 1996). La fase finalitza amb la crisi del sector, situació que condueix a l'Estat a reflexionar sobre les evidents debilitats que presentava el model turístic, especialment el de sol i platja, i per tant, de la necessitat de prendre mesures de renovació.

## **2.2 La política turística estatal des de la dècada dels noranta**

La crisi del sector a finals dels anys vuitanta i principis dels noranta va comportar que l'administració pública adoptés una actitud diferent fonamentada en la descentralització de la política turística i en la col·laboració entre els diferents

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

agents públics i privats implicats. El primer pas per afrontar els problemes del sector turístic fou la realització del Llibre Blanc del Turisme Espanyol (1990).

Si bé en el Llibre Blanc es fa un balanç positiu dels beneficis socioeconòmics que havia aportat el turisme (font de divises i d'estalvi, augment dels ingressos fiscals, creació de llocs de treball, generació de riquesa, etc.), convertint-se en un factor de modernització de la societat espanyola, en sentit contrari, s'exposen tot un seguit d'impactes negatius que havia generat l'activitat: excessiva ocupació del sòl, monocultiu productiu, marcada estacionalitat, degradació ambiental, etc. El model de desenvolupament turístic tradicional, basat en un creixement intens i continuat, configurava un espai turístic amb importants debilitats que *"...no serien fàcils de reduir o eliminar, degut a que algunes tenien caràcter estructural i pràcticament irreversible."* (Secretaria General de Turisme, 1990: 44). Davant aquesta realitat, des del Llibre Blanc, s'aposta per una reformulació dels objectius de la política turística, allunyant-se de la perspectiva quantitativa, consistent en consolidar la posició competitiva d'Espanya en el mercat turístic internacional i en millorar el balanç econòmic-social del turisme. Entorn aquests dos objectius, es plantegen trenta línies d'actuació agrupades en sistemes que a grans trets conformen l'activitat turística: recursos; infraestructures, equipaments i serveis; màrqueting i producte; sistema empresarial; i sistema institucional.

Encara que el Llibre Blanc no va ser un document vinculant, va tenir indubtable transcendència en la política turística de la dècada dels noranta, pels següents motius (Ivars, 2003):

- Proposa una planificació integrada del turisme, com a fenomen complex que requereix de múltiples aproximacions tant sectorials com territorials.
- Té una orientació estratègica, utilitza l'anàlisi estratègica-competencial dels sectors econòmics com a metodologia per avaluar la situació competitiva del turisme espanyol, proposant estratègies a llarg termini.
- Reclama relacions de col·laboració en la política turística, ja siguin interadministratives com amb el sector empresarial turístic.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Així doncs, aquest diagnòstic va assentar les bases de l'actuació pública turística, que foren recollides en el Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures I (1992-1995), per tal de solucionar els problemes i afrontar els reptes del sector.

### **2.2.1 El Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures I (1992-1995)**

Fou elaborat per la Secretaria General de Turisme, amb la participació i col·laboració de les conselleries de turisme de les diferents comunitats autònomes, agents socials i organitzacions empresarials i sindicals. Aquest pla pretenia donar resposta als canvis soferts en el mercat turístic durant els darrers anys i definir uns objectius comuns davant la cessió de competències en matèria turística a les comunitats autònomes. Per tant, s'inicia una nova etapa per a la política turística, anomenada d'Innovació (Velasco, 2004), on l'Estat recupera la seva capacitat de lideratge en el procés d'ordenació i reestructuració del sector turístic espanyol.

A partir d'ara, el turisme deixa de ser vist un simple factor de reequilibri de la balança comercial, i es reconeix com a sector clau de l'economia espanyola. Aquest canvi d'orientació, s'observa en el propòsit principal del Pla, consistent en *"establir les estratègies necessàries per a que el turisme mantingui la seva posició com a sector econòmic de gran rellevància a Espanya, adaptant-se als consumidors cada vegada més exigents i atent als requeriments socials sobre el seu funcionament i als impactes que genera, amb especial atenció als d'índole mediambiental "* (Pla Futures, 1992:2). Aquestes estratègies, que tenen com a finalitat última obtenir el màxim nivell de benestar, es concreten en els següents objectius (Pla Futures, 1992):

- Socials: es pretén augmentar la qualitat de vida de tots els agents involucrats en l'activitat turística (recursos humans del sector, el turistes com a consumidors i de la pròpia societat receptiva).
- Econòmics: es tracta d'aconseguir una indústria més competitiva i rentable que contribueixi de forma equilibrada al desenvolupament d'Espanya i que permeti mantenir la seva tradicional importància a nivell internacional.

**Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana des de la dècada dels noranta**

- **Ambientals:** es dirigeix a establir un desenvolupament sostenible de l'activitat, cal vetllar per la conservació i la millora dels entorns naturals i culturals, com elements que constitueixen la base del turisme.

Per aconseguir aquests objectius fonamentals s'executen cinc plans: el Pla de Coordinació i Cooperació Institucional; el Pla de Modernització i Innovació Turística; el Pla de Nous Productes Turístics; el Pla de Promoció, Màrqueting i Comercialització; i el Pla d'Excel·lència Turística, cadascun dels quals incorpora diversos programes (veure quadre 2.3), que bàsicament són cofinançats entre l'Estat i les comunitats autònomes, encara que també reben fons procedents de la Unió Europea.

**Quadre 2.3 Plans i programes del Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol (1992-1995)**

Plans	Programes
Pla de Coordinació i Cooperació Institucional: Futures Coordinació	Programa de dinamització de la política turística en fóruns internacionals
	Programa de coordinació de l'administració de l'Estat
	Programa de cooperació entre administracions turístiques
	Programa de col·laboració amb interlocutors externs
Pla de Modernització i Innovació Turística: Futures Modernització	Programa de millora d'estratègies competitives d'empreses i destinacions turístiques
	Programa de desenvolupament de recursos humans en turisme
	Programa de millora de la qualitat dels productes turístics
	Programa de modernització i innovació dels productes turístics
Pla de Nous Productes Turístics: Futures-Nous Productes	Programa d'identificació i avaluació de nous productes turístics o productes complementaris
	Programa de nous productes d'àmbit multicomunitari
	Programa de desenvolupament de nous productes competitius
	Programa d'estímul a la comercialització de nous productes
Pla de Promoció, Màrqueting i Comercialització: Futures-Promoció	Programa de planificació de les estratègies de màrqueting i comercialització
	Programa de col·laboració amb les administracions i la indústria per a la promoció turística
	Programa d'estímul a la creació d'infraestructures de promoció
Pla d'Excel·lència Turística: Futures-Excel·lència	Programa de millora de la informació als canals de distribució i al sector turístic
	Programa de suport a la consecució de l'excel·lència turística en entorns naturals i urbans
	Programa de sensibilització social cap al turisme

Font: Pla Futures I (1992-1995).



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

El disseny de tot aquest conjunt de programes *“no va implicar un augment dels recursos públics de l'Estat dedicats a l'activitat turística ni un canvi de destinació, fonamentalment concentrada en la política de promoció turística general.”*(Bote i Marchena, 1996: 310). Tanmateix, es pot realitzar una valoració molt positiva del Pla, ja que ha suposat la reformulació de la política turística espanyola, caracteritzada per:

- Canvi d'estratègia: davant una major complexitat en les motivacions de la demanda i l'aparició de nous mercats amb preus més competitius, l'estratègia de preus baixos és substituïda per la de millora de la qualitat del producte turístic.
- Foment de la cultura de la qualitat i de la innovació entre l'empresariat turístic.
- Consciència ambiental: el model de creixement realitzat fins al moment no s'havia preocupat pels efectes negatius que generava l'activitat sobre el medi ambient. La creixent exigència per part del consumidor europeu d'entorns poc deteriorats, fa que les destinacions més competitives siguin aquelles que ofereixin elevats nivells de qualitat mediambiental.
- Dinàmica cooperativa: idea que es fa patent ja en la introducció del document on es diu que el Pla *“suposa el disseny d'un nou esquema de cooperació entre l'administració turística de l'Estat i les administracions autonòmiques que permeten reforçar les polítiques desenvolupades per totes elles concentrant esforços. Al mateix temps, desenvolupa les bases d'una interlocució més estreta amb els agents socials, propugnant el seu major protagonisme en les qüestions que afecten al sector”* (Pla Futures, 1992:2), i en l'existència d'un programa exclusivament dedicat a propiciar les relacions entre administracions i sector privat (Pla de Coordinació i Cooperació Institucional).
- Pla pràctic, ja que conté programes concrets amb actuacions i objectius finalistes clars.
- Pla flexible i obert als suggeriments dels agents implicats i a les seves necessitats.

### **2.2.2 El Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures II (1996-1999)**

La valoració favorable del Pla Futures I, pel seu efecte multiplicador i dinamitzador de projectes de millora de la gestió, innovació i formació, nous productes i qualitat, va portar a desenvolupar un nou pla per al quadrienni 1996-1999, el Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures II. A diferència del primer, que es planteja en un període de recessió del sector, el segon s'aprova en uns moments d'extraordinari creixement de la demanda, gràcies a la conjunció de dos factors de caràcter conjuntural: les diverses depreciacions de la pesseta i la inestabilitat política a l'est d'Europa i al nord d'Àfrica. Aquest fet, ha portat a parlar a alguns autors d'una política turística continuïsta, més que de canvi (Ivars, 2003 i Velasco, 2004), mantenint com a objectius fonamentals la millora de la competitivitat i de la sostenibilitat de l'activitat.

Un cop detectats els punts dèbils del pla anterior, es configuren els principis rectors del nou Pla Futures II:

- Sostenibilitat: respecte al medi ambient, als recursos naturals i culturals i afavoriment d'un desenvolupament equilibrat de l'activitat.
- Corresponsabilitat de tots els agents: promou el compromís de les diferents administracions turístiques, empreses, associacions a l'hora de realitzar projectes conjunts.
- Concentració de les actuacions per productes o destinacions: es dóna suport a iniciatives de gran volum que agrupen interessos de diferents subsectors turístics o de destinacions, per tal d'aconseguir multiplicar el seu efecte demostració i evitar la dispersió i fragmentació d'actuacions que havia succeït en el Pla Futures I, comportant elevats costos de gestió i disminució de la rendibilitat dels projectes.
- Integració de les iniciatives empresarials en projectes comuns amb les administracions: per afavorir la cooperació entre sector públic i privat, al mateix temps que es reforça el teixit empresarial.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

Sobre la base d'aquests principis s'organitzen vuit plans: Pla Futures- Coordinació, Pla Futures- Cooperació i Internacionalització, Pla Futures- Qualitat, Pla Futures- Formació, Pla Futures- Tecnificació i Innovació, Pla Futures- Nous Productes, Pla Futures- Destinacions Turístiques i Pla Futures- I+D, el quals s'estructuren en setze programes (veure quadre 2.4). Per tant, s'afegeixen tres subplans més respecte al Pla Futures I, amb la finalitat de donar una major importància a programes concrets que ja contenia el primer, com són els de Formació, Qualitat i el de I+D:

- Pla Futures de Formació: la formació dels recursos humans esdevé un factor indispensable per a millorar la qualitat del producte turístic.
- Pla Futures de Qualitat: per tal d'aconseguir una sector competitiu, és imprescindible adequar el producte als nivells d'exigència del mercat.
- Pla Futures d' I+D: a l'hora de definir estratègies és necessari investigar i disposar d'estudis sobre les problemàtiques que afecten al sector.

**Quadre 2.4 Plans i programes del Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol (1996-1999) o Pla Futures II**

Plans	Programes
Pla Futures –Coordinació	Programa de coordinació nacional
	Programa de coordinació internacional
Pla Futures-Cooperació i Internacionalització	
Pla Futures-Qualitat	Programa de sistemes de qualitat
	Programa d'assessorament
Pla Futures- Formació	Programa de modernització dels equipaments
	Programes integrats de formació
	Programa de serveis de formació a empreses
	Programa de beques
Pla Futures- Tecnificació i Innovació	Programa d'infraestructures educativo-turístiques
	Programa de projectes d'infraestructura tecnològica
	Programa de productes d'alt contingut tecnològic
Pla Futures-Nous Productes	Programa de projectes de tecnificació en empreses
	Programa de nous productes
Pla Futures- Destinacions Turístiques	Programa de destinacions turístiques
	Programa de plans d'excel·lència
Pla Futures- I+D	Programa d' I+D

**Font: Pla Futures II (1996-1999).**

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Les principals aportacions del Pla Futures II a la política turística espanyola han estat:

- Enfortiment de les relacions de cooperació entre els múltiples agents tant de caràcter públic com privat que constitueixen la realitat turística, segons el document *"...el nou model ha d'assentar-se mitjançant un treball de coordinació, sensibilització i corresponsabilitat"* (Pla Futures II, 1996: 10). En aquest sentit, Velasco (2004) denomina a aquest període de Cooperació.
- L'administració estatal a més de donar suport a la difusió i posada en funcionament dels programes mitjançant subvencions, introdueix l'assistència tècnica directa al sector privat per a realitzar estudis i diagnòstics (Fernández, 1999).
- Reafirmació de la planificació turística a escala local, a través d'instruments de coparticipació amb l'administració estatal, regional i sector privat, coneguts com a plans d'excel·lència. Si bé, aquests ja existien en el pla anterior, dirigits a destinacions tradicionals generalment de sol i platja, el Pla Futures II amplia l'àmbit d'actuació, per aquells espais d'interior amb un elevat potencial de desenvolupament turístic, creant la figura dels plans de dinamització turística (tots dos instruments configuren el Pla Futures- Destinacions Turístiques).

Per altra banda, cal destacar que paral·lelament al Pla Futures II es va elaborar un altre pla, el Pla d'Estratègies i Actuacions de l'Administració General de l'Estat en Matèria Turística, que a finals del 1996 representa el marc de referència per a la gestió turística del nou govern. L'objectiu principal del pla fou la implantació d'una política turística integral, que posà l'accent en la coparticipació de tots els agents implicats (institucions i sector empresarial turístic) per a la seva definició i desenvolupament. En aquest context, s'assumeix de forma explícita la presa de competències en matèria turística per part de les comunitats autònomes, *"la idea de cooperació pretén substituir els criteris de coordinació que havien mantingut anteriors governs per a definir les relacions entre l'administració general i les comunitats autònomes. El reconeixement ple de les competències autonòmiques en turisme fa que perdi sentit el concepte de coordinació"* (Pla d'Estratègies i Actuacions de l'Administració General de l'Estat

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

en Matèria Turística, 1997:11). Al mateix temps, s'impulsà la cooperació amb els ens locals com agents de proximitat amb competències en infraestructures i serveis imprescindibles per a la recepció dels turistes. Per tant, la cooperació administrativa es converteix en la primera de les tretze estratègies que conformen el Pla, la qual permet donar coherència a les actuacions aportades pel sector privat i per les diferents administracions (estatal, autonòmica i local), optimitzant recursos i evitant esforços aïllats. Les estratègies restants són de caràcter més específic que les proposades en el Pla Futures II cadascuna de les quals presenta diverses actuacions (veure quadre 2.5).

**Quadre 2.5 Directrius del Pla d'Estratègies i Actuacions**

---

**Directrius**

---

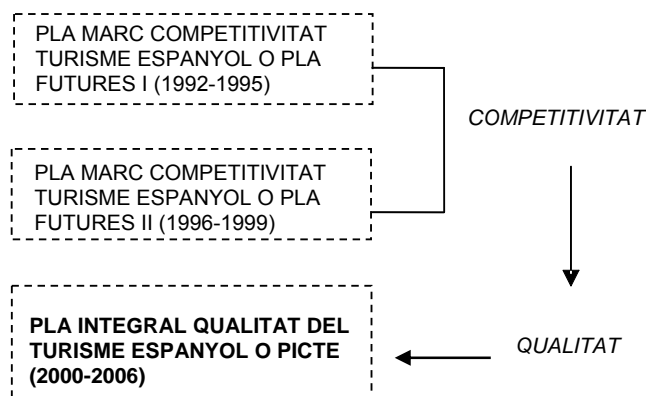
- 1- Consolidació de la cooperació administrativa.
  - 2- Reforçament del paper de Turespaña com a eix de promoció i comercialització turística.
  - 3- Perfeccionament del sistema d'estadístiques turístiques i millora de la difusió d'informació i investigació de l'Institut d'Estudis Turístics d'Espanya.
  - 4- Impuls a la presència i participació del turisme espanyol en les institucions de la Unió Europea.
  - 5- Establiment d'un sistema de formació turística.
  - 6- Suport a la millora de la competitivitat de les empreses turístiques espanyoles.
  - 7- Potenciació de la diversificació de l'oferta turística espanyola.
  - 8- Desenvolupament del concepte de sostenibilitat ambiental.
  - 9- Emfatització del concepte de qualitat turística espanyola.
  - 10- Internacionalització de l'empresa turística espanyola.
  - 11- Perfeccionament del programa d'actuacions en destinacions consolidades i emergents.
  - 12- Facilitació de l'anàlisi i de l'adopció de mesures de suport a diferents subsectors empresarials i professionals.
  - 13- Reforçament de la societat estatal de paradors de turisme a Espanya.
- 

**Font: Pla d'Estratègies i Actuacions de l'Administració General de l'Estat en Matèria Turística (1997)**

**2.2.3 El Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol o PICTE (2000-2006)**

Després d'haver deixat endarrera la crisi de finals dels vuitanta i principis dels noranta, Espanya recupera el lideratge del sector, dirigint la política turística a consolidar aquesta posició, mitjançant el desenvolupament d'un nou pla que té com a principi estratègic la qualitat.

**Figura 2.1 Evolució de la planificació turística espanyola des de la dècada dels noranta**



Font: Elaboració pròpia.

El concepte de qualitat substitueix el de la competitivitat “...la qualitat constitueix el tret diferencial de l’oferta espanyola i com a solució positiva a la inevitable tensió sobre els preus originada per la pressió de la demanda. A si mateix l’esforç continuat per la qualitat constitueix la garantia de futur del sector que permet superar conjuntures previsiblement venidores en que l’oferta de les destinacions pressiona sobre la demanda dels mercats emissors” (PICTE, 2000). Però a diferència dels Plans Futures, on tan sols la qualitat era aplicada als serveis i als productes de forma concreta, el nou pla proposa una orientació de qualitat integral, que contempla tots els sectors i elements que conformen el producte turístic.

El principi de qualitat integral és l’eix vertebrador del nou Pla, que té com a instrument bàsic d’implantació la cooperació. Les administracions públiques, tant l’estatal, autonòmica com local, conjuntament amb el sector empresarial, adquireixen un paper destacat en la planificació de l’activitat turística, consistent en la determinació d’objectius, definició de línies d’actuació, i en l’aplicació i posada en funcionament dels programes que formen part del Pla. Per dur a terme aquestes funcions, l’Estat disposa d’una sèrie d’organismes de cooperació com són la Conferència Sectorial de Turisme (Estat i comunitats autònomes); la Federació Espanyola de Municipis i Províncies (administració local); el Consell Promotor de Turisme i l’ Observatori de Turisme (entre sector públic i privat).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

El PICTE estableix els següents objectius generals:

- Consolidació de la posició de lideratge del turisme espanyol a mig i llarg termini.
- Incrementar la rendibilitat.
- Sostenibilitat sociocultural i mediambiental de l'activitat turística.
- Diversificació de l'oferta i la demanda.
- Major distribució dels fluxos turístics.
- Augment de la qualitat del treball en el sector.
- Consecució d'indicadors complets de l'activitat turística.
- Reconeixement del sector turístic per la resta de sectors econòmics i integració del mateix en els esquemes de finançament, exportació, etc.

Per tant, reprèn molts dels objectius de plans anteriors, relacionats amb la competitivitat del sector turístic i la compatibilització dels beneficis econòmics amb l'obtenció de beneficis socials (augment de la qualitat de vida de la societat receptora) i mediambientals (aconseguir un desenvolupament sostenible, respectuós amb l'entorn natural i cultural). Per assolir aquests objectius el Pla conté deu programes: Qualitat en Destinacions, Qualitat en Productes, Qualitat en Sectors, Formació de Qualitat, Innovació i Desenvolupament Tecnològic, Internacionalització de l'Empresa Turística, Cooperació Internacional, Informació Estadística i Anàlisi Econòmica, Promoció, i Suport a la Comercialització Exterior (veure quadre 2.6).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

**Quadre 2.6 Programes i actuacions del Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol (2000-2006)**

<b>Programes</b>	<b>Actuacions</b>
Qualitat en Destinacions	Definició de models integrals de gestió de les destinacions
	Plans d'Excel·lència Turística
	Plans de Dinamització
Qualitat en Productes	Creació de camps de golf oberts al públic
	Reforçament del programa d'estacions nàutiques
	Consolidació de les bases empresarials del turisme actiu i d'aventura i regulació del seu exercici per a garantir la qualitat i la seguretat del consumidor
	Reorientació dels programes d'ajuda al desenvolupament del turisme rural i coordinació en referència a tipologies i qualitat
	Desenvolupament de productes de turisme cultural
Qualitat en Sectors	Turisme termal
	Disseny i implantació de sistemes en els diferents sectors turístics
	Ajuda a les empreses per a la implantació i certificació
	Creació de l'Institut de Qualitat Turística Espanyola (ICTE)
Formació de Qualitat	Promoció de la marca de qualitat
	Definició de models formatius i coordinació amb l'àmbit universitari, associacions i sector empresarial: Observatori de Turisme
	Seguiment i coordinació amb organismes que realitzen accions de formació ocupacional i continua. Formació de formadors
	Accions formatives en millora de la qualitat de les destinacions (responsables municipals) i en sectors (directius i personal)
Innovació i Desenvolupament Tecnològic	Suport a la formació de postgrau, l'especialització i la investigació en turisme
	Tecnologies de la informació: sistemes d'informació i reserva, gestió i correu electrònic.
Innovació i Desenvolupament Tecnològic	Tecnologia de la qualitat: suports a la implantació, establiment i medició d'indicadors
	Tecnologia mediambiental (estalvi de recursos, i foment d'energies i processos alternatius nets)
	Desenvolupament de nous recursos d'alt contingut tecnològic (parcs d'oci, centres d'interpretació)
Innovació i Desenvolupament Tecnològic	Definició de models d'arquitectura, enginyeria i urbanisme aplicables a destinacions i productes turístics



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

<b>Programes</b>	<b>Actuacions</b>
Internacionalització de l'Empresa Turística	Informació a les empreses: Guia de l'Inversor i Guia del Coneixement Turístic
	Trobades entre empreses: fòrums d'internacionalització de l'empresa turística
	Estudis de viabilitat de mercat
	Subvencions per al finançament d'una part de la despesa d'implantació
	Assessorament i assistència de la OET responsables, a més del seguiment de projectes
	Beques d'alta direcció i alts funcionaris de tercers països
Cooperació Internacional	Reforçament de la presència espanyola en les organitzacions internacionals
	Treballar en l'obtenció de finançament comunitari per al sector turístic procedent de fons, programes i iniciatives
	Millora de la qualitat de la cooperació turística que es presta a través de l'AECI, mitjançant una major coordinació
	Suport a projectes de cooperació internacional de contingut turístic: cessió de tecnologia i instruments
Informació, Estadística i Anàlisi Econòmica	Coneixement de l'economia turística
	Sistema nacional d'indicadors. Ampliació i harmonització dels indicadors d'oferta i demanda turística
	Comptes satèl·lits
	Investigació de mercats
	Publicació d'estudis de mercat i productes turístics
	Distribució semestral de l'informe de conjuntura
	Ampliació a nivell regional de les actuals estadístiques
	Familitur: enviament trimestral de dades desagregades a nivell regional
	Frontur: informe d'entrades de turistes estrangers per comunitats autònomes
Creació de comptes satèl·lits regionals	
	Sistema d'informació de dades estadístiques i documentals
Promoció	Campanya de publicitat
	Accions de col·laboració amb les comunitats autònomes i Cambres de Comerç
	Campanyes especials de la Q de Qualitat i de suport a la internacionalització
	Informació Turística
	Potenciació del portal d'Internet
	Creació d'un centre unificat d'informació telefònica
	Pla editorial

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

Programes	Actuacions
Suport a la Comercialització Exterior	Participació en fires de caràcter professional i especialitzat. Potenciació de la presència empresarial i dels contactes de negocis Potenciació de la presència espanyola en congressos, assemblees, i conferències de caràcter professional. Penetració en el mercat dels incentius Desenvolupament de jornades professionals directes i inverses Viatges de familiarització per a touroperadors i agents Seminaris per agents sobre destinacions o productes concrets

**Font: PICTE (2000-2006).**

Tots ells són programes molts similars als establerts pels Futures, encara que es poden detectar algunes novetats. El PICTE repren el programa de Promoció, el qual tan sols havia estat present en el Pla Futures I, i amb el que es pretén substituir la visió tradicional d'Espanya com a destinació de sol i platja amb preus barats, per una imatge de destinació de qualitat. S'introdueix un nou programa, el de Suport a la Comercialització Exterior, amb l'objectiu d'adequar l'oferta a les necessitats de la demanda i donar suport a productes i submarques amb un elevat poder de penetració en els mercats. S'incorpora al programa de Qualitat en Destinacions, una nova línia basada en la gestió integrada dels serveis turístics, de caràcter voluntari, on el propi municipi defineix els objectius i resultats que pretén aconseguir. Dos exemples d'aquest tipus de projectes són el de Municipi Verd, actualment Municipi Turístic Sostenible, que comporta a la localitat el compromís d'implantar un model de desenvolupament turístic respectuós amb l'entorn; i el Sistema Integral de Qualitat del Turisme Espanyol (SICTED), centrat en l'aplicació de paràmetres de qualitat per al conjunt de subsectors, tant directa com indirectament implicats en l'activitat turística.

El Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol converteix la qualitat en el principal factor de competitivitat de l'activitat turística i la cooperació com a forma de funcionament, fent especial incidència en la participació del sector privat. Precisament, el sector empresarial turístic té un paper destacat tant en la diversificació dels productes turístics (nàutica, golf, termalisme, etc.), com a l'hora de vetllar per la qualitat de les empreses i dels serveis que s'ofereixen. En aquest sentit, l'administració central ha donat suport a la creació de l'Institut de la

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Qualitat Turística Espanyola (ICTE), constituït íntegrament pel sector privat, el qual s'encarrega de dissenyar sistemes de qualitat per al diversos subsectors turístics (hotels, càmpings, restaurants, agències de viatges, etc.), de la seva implantació i posterior certificació.

#### **2.2.4 El Pla del Turisme Espanyol Horitzó 2020**

Al llarg del 2007 el govern espanyol i el sector turístic, a través del Consell Espanyol de Turisme, van desenvolupar un procés de revisió estratègica amb la finalitat de potenciar i millorar la posició competitiva del sistema turístic amb perspectives de futur. Aquest procés es concreta amb la redacció del Pla del Turisme Espanyol Horitzó 2020, que té com a principals objectius incrementar els beneficis socials i econòmics del turisme; aconseguir un reequilibri socioterritorial que impulsi l'activitat turística en noves destinacions; millorar la qualitat de l'entorn cultural i natural; i minimitzar els impactes negatius induïts per l'activitat. En definitiva, obtenir un sector turístic més competitiu i sostenible a mig i llarg termini. Per realitzar aquest projecte s'han plantejat tres fases consecutives de treball:

- La Fase 1 ha consistit en analitzar els diferents elements que conformen directa o indirectament el sistema turístic espanyol, tals com el transport, l'allotjament, la restauració, els recursos i productes turístics, els agents públics i privats, la demanda turística, la imatge de marca de Espanya, l'impacte del turisme sobre l'economia, l'aprofitament turístic i la sostenibilitat ambiental; per aconseguir finalment un document base on figura la radiografia de l'estat actual i presentar les tendències possibles de cara a l'horitzó 2020. La identificació dels reptes i tendències que han d'afectar el futur del sector, entre els que destaquen l'increment de la competència internacional, les noves tipologies de clients, el canvi climàtic i el desenvolupament tecnològic; ha permès reconèixer set àrees crítiques de millora, entorn a la competitivitat, la sostenibilitat, la innovació, els recursos humans, el coneixement, els productes i el màrqueting.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- La Fase 2 és l'aportació més novedosa d'aquest Pla, ja que aconsegueix desenvolupar un procés de consulta entre els principals actors del turisme espanyol, en total més de 37.000 clients, 3.500 agents i 35 experts. El mètode utilitzat ha consistit en la definició de set grups coordinats per un professional de cada àmbit temàtic, a més d'un coordinador general. Cadascun dels grups ha estat conformat per experts i investigadors, agents del sector, viatgers i turistes i associacions i col·lectius representatius de la societat, que s'han encarregat de formular plantejaments concrets entorn a les àrees crítiques de millora apuntades. L'instrument principal de debat utilitzat per la interrelació dels diferents participants ha estat la pàgina web del Pla ([www.turismo2020.es](http://www.turismo2020.es)), bàsicament mitjançant els fòrums, chats i enquestes existents. De forma complementària s'han organitzat trobades i reunions amb el sector i s'han celebrat presentacions en les principals ciutats espanyoles.
- En la Fase 3 amb el diagnòstic del sector i les conclusions obtingudes en els grups de debat, s'han dissenyat un conjunt d'estratègies que han de garantir l'èxit del turisme espanyol de cara a l'horitzó 2020. Les propostes resultants han servit per plantejar nous programes i projectes recollits en el Pla del Turisme Espanyol 2008-2012 del Ministeri de Indústria, Turisme i Comerç, substituït de l'anterior pla, el PICTE, i que incorpora bona part dels objectius d'aquest. La materialització del nou Pla quadriennal es basa en sis eixos: nova economia turística, valor al client, sostenibilitat, entorn competitiu i lideratge compartit (veure quadre 2.7).

Amb el Pla de Turisme Espanyol 2008-2012 es dóna continuïtat a tota una sèrie de línies de treball formulades per plans anteriors, com la col·laboració entre administracions (Estat, comunitats autònomes i corporacions locals) i alhora amb el sector empresarial turístic, la implantació de metodologies per a la gestió de la qualitat, la incorporació de noves tecnologies per gestionar la informació, comercialització i creació de xarxes de treball, o bé el foment dels principis de la sostenibilitat en el turisme, estratègia que s'intensifica especialment dins aquesta nova etapa. Tanmateix, el Pla posa en marxa nous projectes entre els que destaca el programa Espanya Experiencial, que pretén donar resposta als canvis en el comportament de la demanda turística, on els sentiments i les emocions

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

adquireixen ple protagonisme; així com el programa d'Accessibilitat Turística, els dedicats a la Planificació i Gestió de les Destinacions Turístiques, la Requalificació de Destinacions Turístiques Madures i la Desestacionalització i Reequilibri Socioterritorial. Els dos darrers programes contenen els plans de dinamització del producte i els plans de rehabilitació d'equipaments i entorns naturals i urbans (finançat pel Fons de Modernització de les Infraestructures Turístiques, FOMIT). En concret, els plans de rehabilitació d'equipaments i entorns naturals i urbans, estan pensats per renovar les infraestructures i l'estructura bàsica dels nuclis turístics. Mentre que els plans de dinamització del producte es dirigeixen a la creació de nous productes, en base a criteris de sostenibilitat i qualitat. Aquestes dues figures són les successores dels coneguts plans d'excel·lència i dinamització turística, respectivament, però amb una major prioritat envers al desenvolupament sostenible de la destinació, degut a l'escassa efectivitat de les mesures proposades en aquesta matèria.

En definitiva, el Pla de Turisme Espanyol Horitzó 2020 constitueix una iniciativa de gran interès, perquè per primera vegada el sector turístic és el promotor d'un projecte d'aquestes característiques: *"El Pla de Turisme 2020 és un treball del sector per al sector"* ([www.turismo2020.es](http://www.turismo2020.es), 8-11-2007). Situació especialment afavorida gràcies a la existència del Consell Espanyol de Turisme, organisme creat el 2006 i format per representats de l'administració general de l'Estat, de les comunitats autònomes, de l'administració local, el sector empresarial turístic, sindicats i professionals de reconegut prestigi. Per altra banda, la intenció és que el Pla de Turisme Espanyol Horitzó 2020 es converteixi en un referent, com ha estat el Llibre Blanc del Turisme Espanyol del 1990.

**Quadre 2.7 Eixos, objectius i accions del Pla de Turisme Espanyol 2008-2012**

Eixos	Objectius	Programes	Accions
Nova Economia Turística	Desenvolupar la innovació, el coneixement i el talent per tal de satisfer el client	Coneixement	Xarxa d'intel·ligència i innovació turística
			Nous continguts del coneixement per al 2020
			Priorització de necessitats d'informació des de la participació
			Sistema d'informació i documentació de l'administració turística de l'Estat
		Innovació	Projecció internacional del coneixement turístic espanyol
			Programa de sensibilització en innovació
Talent		Ciústers turístics innovadors	
		Desenvolupament d'instruments tecnològics per al sector	
		Suport a la innovació empresarial	
		Innovació per a la sostenibilitat	
		Formació i ocupació en el sector	
Espanya Experiencial	Potenciar la personalitat i posicionament d'Espanya com a destinació turística, convertint la gestió de la relació amb el client i la seva satisfacció en un nou paradigma per al desenvolupament, la comercialització i gestió dels productes		Model·ls de gestió dels recursos humans
			Capacitació d'emprenedors i formació en la nova economia turística
			Impuls de mètodes d'intermediació laboral activa
			Captació de talent
			Portafoli de productes Espanya Experiencial
Valor al Client			Revaloritzar els productes tradicionals (matriu: producte, destinació, mercat)
			Productes d'alt potencial: els clubs de producte
			Nínxols de demanda: productes d'interès especial
			Nous productes per segments Premium: Privilegespain

Eixos	Objectius	Programes	Accions
Valor al Client	Potenciar la personalitat i posicionament d'Espanya com a destinació turística, convertint la gestió de la relació amb el client i la seva satisfacció en un nou paradigma per al desenvolupament, la comercialització i gestió dels productes	Posicionament 2020	Definició de la proposta de posicionament Pla d'imatge i comunicació Accions d'impacte en nous segments i mercats turístics objectiu Disseny d'arquitectura de marques i segells Espanya en internet: marca i notorietat
		Transformació de la gestió i comercialització	Formació d'alt nivell en màrqueting turístic Màrqueting segmentat: segments/productes/destinacions i instruments Instruments de gestió de les relacions amb els clients Màrqueting i comercialització on-line Penetració en nous mercats i captació de nous segments Col·laboració i eficiència en l'acció internacional
		Qualitat percebuda	Serveis al client per a la qualitat turística Índex de satisfacció turística Cultura del detall Embelliment de les destinacions Evolució del model SCTE cap a la qualitat experiencial Promoció i comunicació de la qualitat turística espanyola Transferència internacional del sistema de qualitat turística espanyola
Sostenibilitat	Equilibri entre el desenvolupament turístic i la preservació del medi ambient	Turisme, medi ambient i societat	Coneixement i identificació de bases per a la sostenibilitat turística Observatori de turisme i la sostenibilitat Sensibilització i formació en sostenibilitat Projectes demostratius en xarxa de turisme i medi ambient Codis i compromisos per a la sostenibilitat Model de reconeixement de la responsabilitat social

Eixos	Objectius	Programes	Accions
Sostenibilitat	Equilibri entre el desenvolupament turístic i la preservació del medi ambient	Planificació i gestió de les destinacions turístiques	Instruments d'avaluació de la competitivitat-sostenibilitat
			Metodologies per a la planificació i gestió de destinacions turístiques
		Requalificació de destinacions turístiques madures	Impuls a la planificació estratègica
			Gestió de destinacions: reforçament de capacitats i coneixement
Entorn Competitiu	Creació d'un entorn òptim per a la creació i desenvolupament de negocis turístics competitiu i innovadors	Desestacionalització i reequilibri socioterritorial	Projectes extraordinaris de requalificació de destinacions turístiques madures
			Rehabilitació d'equipaments i entorns urbans i naturals
		Marc normatiu i simplificació	Modernització de l'oferta turística
			Identificació d'oportunitats: mapa de recursos per a la desestacionalització
Cultura cooperativa		Marc normatiu i simplificació	Plans en destinacions sobre productes, itineraris i rutes temàtiques
			Plans de desestacionalització
		Cultura cooperativa	Model de cooperació en xarxa entre destinacions participants
			Pla de treball sobre legislació turística
Cultura cooperativa		Cultura cooperativa	Sistema de consulta normativa on-line
			Grups de treball de la Comissió Interministerial
		Cultura cooperativa	Simplificació de l'entorn administratiu: inclusió del turisme en el Pla Nacional de Foment Empresarial
			Plans anuals d'acció interministerial a favor del turisme
Cultura cooperativa		Cultura cooperativa	Cooperació amb les comunitats autònomes: ordenació normativa, territori i sostenibilitat, plans sectorials de competitivitat, I+D+I en turisme
			Xarxa de coordinació interadministrativa i amb el sector
			Cooperació internacional per al lideratge de la tecnologia turística



Eixos	Objectius	Programes	Accions
Entorn Competitiu	Creació d'un entorn òptim per a la creació i desenvolupament de negocis turístics competitiu i innovadors	Plans sectorials de competitivitat	Disseny, metodologia i identificació de subsectors Plans sectorials de competitivitat
		Accessibilitat turística	Accions sobre transport i mobilitat turística Impuls a la participació del sector en el Pla Avança Turisme accessible- turisme per a tots Sistema de senyalització turística homologada Visats turístics i seguretat
Lideratge compartit	Impulsar un nou lideratge compartit del sistema turístic espanyol, des dels principis del compromís, l'eficiència i corresponsabilitat en el desenvolupament d'accions comunes, ajudi a enfortir la consciència en el sector i en la societat dels beneficis socioeconòmics de l'activitat turística	Compromisos Horitzó 2020	Seguiment de l'aplicació del Pla Turisme 2020 Comunicació, difusió i participació en el Turisme 2020 Sistema d'indicadors d'avaluació del Pla de Turisme Espanyol 2008-2012

Font: Pla de Turisme Espanyol Horitzó 2020. Pla de Turisme Espanyol 0812. Document Executiu ([www.turismo2020.es](http://www.turismo2020.es), 6-06-2008).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

A mode de balanç, s'ha pogut observar que la intervenció de l'Estat en l'àmbit del turisme no ha estat sempre igual, sinó que ha evolucionat al llarg del temps. Des d'un escàs control públic del mercat amb objectius centrats en el creixement i desenvolupament, que caracteritzà la política turística des dels anys seixanta, setanta i vuitanta, s'ha passat a partir de la dècada dels noranta, a una administració que pren la iniciativa com agent coordinador d'estratègies dirigides a la millora, adaptació i tractament global de l'activitat, cedint al govern regional i local, conjuntament amb el sector privat, les funcions de planificació i gestió dels espais turístics. Tanmateix, aquest nou context de cooperació ha estat qüestionat per alguns autors, que constaten la seva manca d'efectivitat, reclamant una major flexibilitat, integració i definició en les relacions de col·laboració (Blanco, 1998 i Ivars, 2003).

### **2.3 La incidència de les polítiques de la Unió Europea en les polítiques espanyoles sobre turisme i desenvolupament**

La política de la Unió Europea ha estat fonamental en el desenvolupament econòmic i la competitivitat de les regions que la conformen. En l'àmbit turístic, malgrat no tenir competències directes, s'han configurat diverses actuacions específiques en aquest sector.

La política turística comunitària s'inicia en la dècada dels vuitanta, impulsada per la situació de crisi industrial que patia Europa i les oportunitats que oferia el turisme com a forma de dinamització econòmica; però també amb la incorporació de nous països a la Comunitat com Grècia (1981), Espanya i Portugal (1986), on el turisme és un dels principals motors de la seva economia (Valdés, 2004). La primera iniciativa en política turística comunitària data del 1982, quan la Comissió presenta al Consell dos documents: "Per a una Política Comunitària de Turisme. Primeres Orientacions" i "La Comunitat Econòmica Europea i el Turisme". És de destacar d'aquests dos informes el reconeixement de la importància del turisme per a la integració europea, el treball analític realitzat entorn la implantació de les polítiques comunitàries relacionades amb el sector i la determinació d'accions a seguir en el futur.

L'interès creixent de les institucions europees pel fenomen turístic i la voluntat de disposar d'una política específica es confirma amb l'elaboració el 1986 del

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

document Acció Comunitària en el Sector del Turisme. Aquest document, presentat per la Comissió Europea, contenia les següents propostes:

- Facilitar el turisme dins la Comunitat.
- Distribuir millor el turisme en el temps i l'espai.
- Orientar millor les intervencions dels instruments financers comunitaris.
- Protegir i informar millor al turista.
- Millorar el context de treball de les professions turístiques.
- Conèixer millor la problemàtica del sector i organitzar la consulta i la cooperació.

Posteriorment, la Comissió declarà el 1990 com a Any Europeu del Turisme, durant el qual es realitzaren un gran nombre d'accions de promoció i d'iniciatives entorn el turisme social, juvenil, cultural, rural i mediambiental.

L'impuls generat per la celebració d'aquest esdeveniment es tradueix en l'elaboració del Pla de Mesures Comunitàries a Favor del Turisme, sol·licitat pel Consell a la Comissió Europea. El programa, aprovat el 1992 i que entrà en vigor el 1993 amb una validesa de tres anys, contemplava les següents mesures:

- Millora del coneixement en l'àmbit del turisme i consolidació de la coherència de les actuacions.
- Esglaonament de les vacances.
- Accions transnacionals.
- Els turistes com a consumidors.
- Turisme cultural.
- Turisme i medi ambient.
- Turisme rural.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Turisme social.
- Turisme juvenil.
- Formació.
- Promoció a tercers.

Tanmateix, el Pla no va tenir els resultats esperats. Davant aquesta situació, la Comissió va redactar un nou document, El Paper de la Unió en Matèria de Turisme. Llibre Verd de la Comissió, informe que obria un intens debat respecte a l'oportunitat de garantir la continuïtat de les accions comunitàries en l'àmbit del turisme. En aquest context, la Comissió va proposar el 1996 un programa plurianual a favor del turisme europeu, denominat Philoxenia (1997-2000), que tenia com a objectiu general estimular la qualitat i la competitivitat del turisme europeu mitjançant la coordinació i la cooperació. Pel que fa als objectius específics, el programa pretenia millorar el coneixement en l'àmbit del turisme; millorar l'entorn legal i financer; augmentar la qualitat; i incrementar el nombre de turistes procedents de tercers països. Malauradament, el Philoxenia no va ser aprovat per la reticència de determinats països, perdent l'oportunitat que oferia com a marc de referència dins el procés de configuració de la política turística comunitària (Arcarons, 2000 i Valdés, 2004).

Després de descartar aquesta proposta, la Comissió va publicar cinc comunicacions d'interès:

- L'Ocupació i el Turisme. Orientacions per a l'Acció (1997): on es reconeix la importància del turisme com a generador de llocs treball i factor de desenvolupament regional, motius pels quals es reclama la necessitat d'augmentar la qualitat i competitivitat del turisme europeu.
- Un Marc de Cooperació per al Futur del Turisme Europeu (2001): es proposa ampliar els coneixements sobre el sector turístic, la competitivitat de les seves empreses, el desenvolupament sostenible del turisme i la seva contribució a la creació d'ocupació, tot això mitjançant un treball cooperatiu entre els agents públics i privats implicats.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu (2003): es pretén fomentar noves accions a favor de la sostenibilitat del turisme a Europa. En aquest sentit, la Comissió aposta pel desenvolupament d'una Agenda 21 per al conjunt del territori.
- Sobre les Noves Perspectives i els Nous Reptes per un Turisme Europeu Sostenible (2005): reforçar la competitivitat i promoció del turisme europeu, millorar la seguretat dels turistes i desenvolupar un turisme sostenible, són algunes de les mesures més rellevants que recull aquest informe.
- Una Nova Política Turística en la UE. Cap a una major col·laboració en el turisme europeu (2006): s'aposta per una política turística europea renovada en base a l'experiència adquirida, que sàpiga respondre als reptes actuals. Aquesta nova visió planteja com a objectius millorar la legislació, millorar la coordinació de les polítiques econòmiques, fer un ús més adequat dels instruments financers disponibles a Europa, elaborar una Agenda 21 europea per al turisme, donar suport específic a accions per a la sostenibilitat del turisme, conèixer millor el turisme europeu, contribuir a la promoció de les destinacions turístiques i millorar la visibilitat del turisme. Segons la Comissió, el bon resultat d'aquesta nova política dependrà de la resposta i participació de la diversitat de parts implicades.

Si bé la política comunitària en matèria de turisme ha estat dirigida principalment a dissenyar estratègies de caràcter general, existeixen alguns projectes més específics, com l'estudi "Per un Turisme Litoral de Qualitat. Gestió Integrada de la Qualitat de les Destinacions Turístiques Litorals" (2000). Aquest document, que recull pràctiques d'èxit en gestió sostenible de la qualitat d'algunes destinacions litorals europees (Blackpool, Calvià, Cap d'Adge, Cinque Terre, la costa Toscana, Damp, Gran Canària i Fuerteventura, Halkidiki, Heligoland, Ijmond, Knokee-Heist, Nair, Pelion, Quiberon i Rimini), es converteix en un llibre de recomanacions útil per a la planificació turística d'aquests espais. També, la pròpia Comissió Europea ha redactat una guia titulada "Mecanismes Comunitaris de Suport a les Empreses Turístiques i a Destinacions Turístiques" (2004), on es recullen de forma exhaustiva els diversos instruments financers i tècnics comunitaris que contribueixen al desenvolupament turístic.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Com ja s'ha vist, la política turística comunitària es troba en una fase de construcció i definició, fins al moment amb objectius i fons limitats (Vélez, 2004). De fet, no ha estat possible realitzar un projecte global, de caire similar a la política agrària comuna o la política monetària, sinó que la política turística s'ha configurat a partir d'una suma de directrius, normatives, plans de suport, informes de diagnòstic i proposició, etc. Tanmateix, les accions desenvolupades en el marc d'altres tipus de polítiques comunitàries sectorials han permès crear mecanismes de suport a les activitats i les destinacions turístiques. Alguns exemples d'aquestes polítiques són:

- La política de medi ambient: orientada a la protecció del medi ambient i la naturalesa mitjançant el Programa Life. Aquest instrument ha permès conservar i posar en valor el paisatge i els recursos naturals, convertint-los en alguns casos en atractius turístics.
- La política agrària comuna: garanteix la producció agrícola a preus competitius, ajudant a fixar la població en el món rural. Aquesta iniciativa ha contribuït a mantenir l'estil de vida rural, just el que busca el turista que visita aquests espais, poder gaudir d'autenticitat del camp, el contacte amb la població local i consumir els seus productes.
- La política de transports: l'existència d'un bon sistema de transports és determinant per a la competitivitat del sector turístic, ja que el desplaçament és un factor intrínsec al fenomen turístic. Aquesta política, a través de diferents accions i reglaments, contribueix a la modernització de les infraestructures, a reduir l'impacte mediambiental, a reforçar la seguretat, la fiabilitat i la promoció del transport intermodal.
- La política de protecció dels consumidors i salut pública: el turista com a consumidor, requereix d'unes garanties de control, qualitat, seguretat i sanitat dels productes i serveis dels que en fa ús. En aquest sentit, les destinacions turístiques de la Unió Europea ofereixen unes condicions més adequades a les exigències de la demanda actual.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- La política d'educació i formació professional: l'objectiu de la política educativa de la Unió Europea és potenciar i elevar el nivell d'educació, mitjançant programes com Leonardo da Vinci, Sòcrates, Tempus, Erasmus, etc. La formació esdevé un factor clau per a la qualitat del sector turístic, especialment en un context de canvis en el sector.
- La política cultural: estableix accions destinades a la protecció del patrimoni cultural, concedeix subvencions i beques a artistes i promou l'organització d'esdeveniments en aquest àmbit. Entre els diversos programes desenvolupats destaquen Cultura 2000 i el programa Media Plus. La posada en relleu del patrimoni cultural incideix de manera directa en la l'activitat turística, perquè contribueix a diversificar l'oferta i a enriquir el producte.

Aquestes polítiques sectorials són les que més influència mantenen sobre l'activitat turística, però ja que el turisme es considera una activitat transversal a la majoria de sectors econòmics, s'ha de valorar la incidència del conjunt d'instruments financers que componen la política regional comunitària

Per la seva contribució al desenvolupament regional, el turisme ha rebut ajudes en base a tres tipus de línies de finançament:

- Fons Estructurals: dirigits a aconseguir un major equilibri entre els nivells de desenvolupament de les diferents regions. La Unió Europea disposa de quatre fons estructurals, el Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER), el Fons Social Europeu (FSE), el Fons Europeu d'Orientació i Garantia Agrària (FEOGA) i l'Instrument Financer d'Orientació Pesquera (IFOP). El FEDER contribueix al desenvolupament socioeconòmic de les regions desfavorides; el FSE té com a objecte la promoció de l'ocupació i el desenvolupament del recursos humans; el FEOGA es divideix en FEOGA Garantia, dirigit principalment a finançar despeses resultat de la política comú de mercats i de preus agraris, mentre que el FEOGA Orientació contribueix a l'ajust de les estructures agràries, el desenvolupament rural i la diversificació econòmica; i per últim l'IFOP, que actua en l'àmbit de les captures pesqueres, la seva comercialització, l'aqüicultura, la creació de zones marines litorals protegides i el desenvolupament d'instal·lacions portuàries.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Fons de Cohesió: finança projectes de gran envergadura en el camp del medi ambient i de les infraestructures de transport.
- Les Iniciatives Comunitàries: són instruments especials per dur a terme mesures estructurals d'interès particular. La Unió Europea compta amb quatre tipus iniciatives: Interreg, Equal, Leader (en el cas espanyol s'afegeix el Proder) i Urban. La iniciativa Interreg està dirigida a promoure la cooperació transfronterera, transnacional i internacional; l'Equal té com a objectiu fomentar pràctiques noves de lluita contra la discriminació i les desigualtats de tot tipus en relació a l'accés al mercat laboral; Leader, dirigida a fomentar el desenvolupament rural per mitjà d'iniciatives locals; i l'Urban està destinada a afavorir la revitalització econòmica i social de les ciutats i les àrees perifèriques urbanes en crisi amb la finalitat de fomentar un desenvolupament urbà sostenible. Totes elles finançades a través dels fons estructurals, FEDER, FEOGA Orientació i FSE.

A mode de resum, s'ha fet una síntesi de les nombroses actuacions amb incidència en matèria turisme desenvolupades al mediterrani espanyol durant el període 2000-2006 (veure quadre 2.8).



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

**Quadre 2.8 Actuacions en matèria de turisme finançades per la UE al litoral mediterrani espanyol (2000-2006)**

Tipus d'actuació	Àmbit actuació	Projectes	Fons
Subministrament d'aigua	Alcúdia	Dessaladora aigua marina- Badia d'Alcúdia	Fons de Cohesió
	Costa Brava Centre	Reforç del subministrament de la Costa Brava Centre	Fons de Cohesió
Sanejament i depuració	Línea de la Concepción i Màlaga	Construcció tractament secundari EDAR Línea de la Concepción (Cádiz) i ampliació i remodelació EDAR Fuengirola	Fons de Cohesió
Infraestructures de transport	Catalunya	Línia d'alta velocitat Lleida-Tarragona-Barcelona- Girona- frontera francesa	Fons de Cohesió
	Lloret de Mar	Estació d'autobusos de Lloret de Mar	FEDER
	Gran Canària	Instal·lació de nous grups electrògens en l'aeroport de Gran Canària	FEDER
	Melilla	Terminal de passatgers i mercaderies del port de Melilla	Fons de Cohesió
	Calella de Mar	Projecte restauració del Parc Dalmau	FEDER
	Calafell	Prolongació del passeig marítim i col·lectors pluvials	FEDER
	Cambrils	Parc del Pinaret (2ª fase)	FEDER
	Ferrerries	Rehabilitació i equipament del casc antic de Ferreries	FEDER
	Castelló de la Plana	Remodelació de l'Av. Joan d'Àustria del districte marítim del Grao	FEDER
	Millora urbana	Cádiz	Adequació del front marítim emmurallat de la ciutat de Cádiz (Projecte Cultur-Cad)
Nerja		Pla de Qualitat Turística Integral Transfronterera Nerja-Tànger-Nador: il·luminació del casc urbà, senyalització lluminosa en interseccions, soterrament de contenidors, enjardinament, construcció de parcs infantils	FEDER (Inicitiava Comunitària INTERREG III A Espanya-Marroc)
Adeje- Arona		Remodelació Av. Rafael Puig (actuació inclosa en el Pla d'Excel·lència Adeje-Arona). Aquesta avinguda constitueix la principal via d'articulació paral·lela a la costa que connecta Arona i Adeje	FEDER

**Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta**

Tipus d'actuació	Àmbit actuació	Projectes	Fons
Millora urbana	Maspalomas (San Batolomé de Tirajana)	Condicionament de l'Av. de Colón (rambla d'accés al Far i a la Platja de Maspalomas). El projecte consisteix en la construcció d'un carril bici, zones enjardinades, instal·lació en el marge esquerra de xarxa de rec, telefonia, enllumenat, recollida d'aigües pluvials i senyalització dels vials)	FEDER
	San Cristobal de la Laguna	Actuacions de regeneració socioeconòmica en els Barris de la Cuesta i Taco. Els eixos prioritaris són la utilització mixta i reurbanització d'espais abandonats; empresariat i pactes a favor del turisme; integració de marginats i accés a serveis bàsics; integració del transport públic i comunicacions; reducció i tractament de residus; desenvolupament del potencial de les tecnologies de la societat de la informació; avaluació, gestió i seguiment.	FEDER (Iniciativa Comunitària URBAN III)
Millora de les infraestructures turístiques	Tossa de Mar	Centre d'interpretació dels fars de la Mediterrània	FEDER
	Litoral Comunitat Valenciana	Accions de manteniment de les infraestructures ja instal·lades, incorporació de plataformes flotants de caràcter lúdic a les platges, dotació de nous punts accessibles a les platges, instal·lació de jocs infantils en diversos parcs de les zones de platges, renovació de l'enllumenat de la Platja del Rei de Sueca i el passeig de la banda dreta, des de Moraira al Portet, així com miradors sobre els penya-segats. A més, de la participació econòmica en Programa de Qualitat en Destinacions (plans d'excel·lència i dinamització turística)	FEDER
	San Fernando	Restauració de l'antic cinema l'Almirante com a palau de congressos	FEDER
	San Pedro del Pinatar	Redacció del projecte de remodelació de les instal·lacions salines per a la creació del Museu de la Sal	FEOGA-O
Conservació i rehabilitació del patrimoni històric, artístic i cultural	Calvià	Intervenció arqueològica i adequació del jaciment del Túmulo de Son Ferrer	FEDER
	Castelló d'Empúries	Restauració del Convent de Santa Clara	FEDER
	Sitges	Reforma del Palau Maricel	FEDER
	Lloret de Mar	Museu Obert	FEDER (Iniciativa Comunitària INTERREG III MEDOCC)

**Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta**

Tipus d'actuació	Àmbit actuació	Projectes	Fons
Conservació i rehabilitació del patrimoni històric, artístic i cultural	San Fernando	Projecte "Ma' Arifa": Restauració del castell San Romualdo	FEDER (Iniciativa Comunitària INTERREG III A Espanya-Marroc)
	Tarifa	Redacció del projecte de restauració de la muralla	FEDER
	Salou	Plataforma recollida de sòlids al Barranc de Barenys	FEDER
	Cartagena	Manteniment, vigilància i protecció de la reserva marina Cabo de Palos-Islas Hormigas	IFOP
	Almeria i Níjar	Millora de la gestió del Parc Natural Cabo de Gata-Níjar	Programa LIFE III
Protecció i regeneració de l'entorn natural	Maó	Creació d'un centre de recepció i informació en el Parc Natural de S'Albufera des Grau, Illa d'en Colom i Cap Favàritx	FEDER
	Calvià	Pla Integral del Litoral de Calvià a través del qual es pretén conservar les platges, recuperar la qualitat de l'aigua del mar i restaurar els principals impactes ambientals i paisatgístics del municipi	Programa LIFE III (Projecte Med-Coasts S-T)
	Es Mercadal	Ecomuseu sala d'exposicions de Cavalleria	FEDER (Iniciativa Comunitària LEADER II)
	Benidorm	Adequació del sender de l'illot de Benidorm, per tal d'ordenar el trànsit de visitants i frenar els problemes d'erosió.	FEOGA-O
	Lanzarote	Obres de millora de les àrees recreatives, senyalització de senders, recuperació de palmerar, millora de vivers. En concret, s'ha millorat l'àrea recreativa de Famara i el viver forestal d'Haría	FEOGA-O
Formació i Ocupació	Cambrils	Pla de Transició al Treball (formació professionalitzadora en auxiliar d'hoteleria i auxiliar de vendes)	FSE
	Fuengirola	Programa "Asiste" (entre d'altres cursos oferia el de guia de turisme local, ajudant de cuina, atenció al públic, etc.)	FSE

**Font: Elaboració pròpia a partir dels Documents Únics de Programació 2000-2006 de Catalunya, València, Múrcia, Andalusia, Balears i Canàries.**

### 3. LA POLÍTICA TURÍSTICA REGIONAL CATALANA

Dins el marc global de planificació turística marcada pel plans anteriorment analitzats, es troben les polítiques turístiques regionals, que adapten les línies generals establertes per l'Estat al seu àmbit territorial. Aquest canvi d'escala ha estat possible gràcies al procés de descentralització administrativa espanyola, moment en que s'inicia el traspàs de les competències en promoció i ordenació del turisme a les comunitats autònomes (article 148 de la Constitució Espanyola, 1978). En concret a Catalunya es reconeixen aquestes atribucions competencials, en l'article 9.12 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (1979) i en el 171 de l'actualment vigent Estatut del 2006.

#### **Quadre 2.9 Competències en turisme derivades de l'article 171**

Competències
1- L'ordenació i planificació del sector turístic.
2- La promoció del turisme que inclou la subscripció d'acords amb ens estrangers i la creació d'oficines a l'estranger.
3- La regulació i classificació d'empreses i establiments turístics i la gestió de la xarxa d'establiments turístics de titularitat de la Generalitat. Amb la finalitat de coordinació entre ells i els establiments de la xarxa de Paradores de l'Estat que s'ubiquen a Catalunya, la Generalitat participa, en els termes que estableixi la legislació estatal, en els òrgans d'administració de Paradors de Turisme d'Espanya.
4- La regulació dels drets i deures específics dels usuaris i prestadors de serveis turístics i dels mitjans alternatius de resolució de conflictes.
5- L'ensenyament i la formació sobre turisme que no tinguin dret a l'obtenció d'un títol oficial.
6- La fixació dels criteris, la regulació de les condicions i l'execució i el control de les línies públiques d'ajudes i promoció del turisme.

**Font: Estatut d'Autonomia de Catalunya (2006).**

A partir de la cessió de competències en matèria de turisme, l'administració catalana ha anat configurant la seva pròpia política turística, consistent en el disseny d'estratègies que permetin afrontar les debilitats pròpies d'espais turístics evolucionats i a la vegada responguin als canvis produïts per la demanda. Aquesta tasca de planificació s'ha dut a terme a través de diferents instruments:

- Documents d'anàlisi i diagnòstic, els quals són la base per a la definició de polítiques, com el Llibre Blanc del Turisme a Catalunya (1983).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Els plans, entesos per documents on es determinen uns objectius, programes a desenvolupar i dotació de mitjans per aconseguir-los, com el Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya (1992) i el Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010).
- Instruments normatius, accions legals amb caràcter vinculant, com la Llei de Turisme de Catalunya (2002).

### **3.1 El Llibre Blanc del Turisme a Catalunya (1983)**

Catalunya fou una de les comunitats pioneres a desenvolupar iniciatives de planificació turística. L'administració conscient de la important contribució del turisme a l'economia catalana i dins el context de descentralització autonòmica, va encarregar l'elaboració d'un document d'anàlisi en profunditat sobre l'estructura econòmica del sector turístic a Catalunya, conegut per Llibre Blanc de Turisme.

El Llibre Blanc és un document de diagnòstic, que amb la voluntat de servir de base per a la configuració de la política turística catalana dels anys vuitanta, incorpora en la seva part final la definició d'uns objectius i línies mestres d'actuació. Els principals objectius que s'acordaren, són de manera resumida els següents:

- Assegurar que el turisme contribueixi al desenvolupament socioeconòmic de Catalunya, esdevenint un factor multiplicador i redistribuidor de la riquesa.
- Impulsar la sostenibilitat mediambiental del sector turístic, el desenvolupament de l'activitat ha de ser compatible amb el respecte pel medi ambient.
- Diversificar el producte mitjançant la consolidació del turisme costaner i la potenciació del turisme d'interior.
- Cobrir les necessitats de lleure de la població autòctona.
- Millorar els mecanismes de promoció i comercialització de l'oferta.
- Desestacionalitzar l'activitat turística.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Per aconseguir aquests objectius es van establir tot un seguit d'accions, dividides en funció del seu caràcter general o específic. Pel que fa a les de caràcter general, destaca la proposta d'elaboració i posada en marxa d'una Llei General de Turisme, la qual havia de *"constituir el marc de referència, que posi de relleu la importància de la qüestió, fixi les competències i les relacions i estableixi els drets i les obligacions fonamentals en el context de l'activitat"* (Miguelsanz, 1983: 338), tanmateix aquesta llei no va ser aprovada fins gairebé vint anys més tard. També és rellevant la preocupació pel reconeixement de la naturalesa particular dels municipis turístics, i per tant, de la necessitat de dotar-lo *"d'un règim especial tant a nivell d'organització municipal com de captació i assignació de recursos i gestió econòmica"* (Miguelsanz, 1983: 338). Per altra banda, les accions de caràcter específic, s'han agrupat depenent de la temàtica en la que s'incideix:

- Ordenació del territori, urbanisme i medi ambient: es distingeixen tres àrees d'actuació, la zona litoral, el país interior i la zona pirenaica. Al litoral es pretén realitzar una "ordenació en profunditat" per tal d'evitar la urbanització total d'aquest espai, mitjançant diferents mesures de planificació territorial i urbanística (plans generals d'ordenació urbana, estudis d'impacte ambiental, accions de protecció d'espais d'interès natural, un Pla de Sanejament del Litoral i un Pla de Costes). Pel que fa al país interior, es fomenta un desenvolupament turístic racional, basat en productes actius relacionats amb el propi patrimoni històric i cultural. Finalment, en la zona pirenaica, s'impulsen dos plans, un per a determinar les possibilitats òptimes de creació d'estacions d'esquí i l'altre per a millorar els accessos, ambdós seguint criteris rigorosos de protecció mediambiental.
- De producte: es proposa el desenvolupament d'un Pla de Reestructuració Sectorial per a la millora de la qualitat del producte i la diversificació de l'oferta.
- De promoció: es concreta en l'elaboració d'un Pla de Màrqueting Turístic, el qual ha de permetre promocionar una imatge integrada de Catalunya, conformada per diversitat de productes dirigits a segments de demanda específics.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- De formació i investigació: es pretén crear un ens amb funcions de foment i supervisió de l'ensenyament i recerca en el camp del turisme.

En síntesi, la importància del Llibre Blanc rau en el tractament integral del producte (infraestructures, oferta d'allotjament, l'oferta complementària i els recursos turístics, la problemàtica laboral i empresarial, el medi ambient turístic, l'urbanisme i l'ensenyament turístic), allunyant-se de la idea tradicional associada únicament a l'allotjament, i en la voluntat de vincular l'ordenació del territori a la planificació turística per afrontar el creixement insostenible de l'activitat.

### **3.2 El Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya (1992)**

A principis dels noranta, l'activitat turística catalana (al igual que l'espanyola) va patir importants dificultats de creixement, explicables fonamentalment per l'aparició de nous països competidors a la Mediterrània, la convergència de preus amb els dels principals països emissors, el descens de la qualitat del producte i els canvis en les motivacions de la demanda. En conseqüència, la Generalitat va encarregar la realització d'un estudi per a reorientar la política turística desenvolupada fins als moment, titulat el Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turisme a Catalunya. Aquest document esdevé un nou diagnòstic sobre el sector turístic català, però a diferència del Llibre Blanc, té la consideració de pla, ja que un cop identificats els problemes del sector s'elaboren per a cadascun d'ells mesures concretes.

El Reforçament de l'Avantatge Competitiu és un text analític amb orientació estratègica, en el que es pretenen conèixer quins són els determinants de competitivitat del sector turístic, per poder dissenyar polítiques públiques més eficients. El mètode d'anàlisi utilitzat deriva del formulat per Porter (Competitive Strategy, 1980 i Competitive Advantage, 1985), atesa la seva capacitat per contemplar la multiplicitat de factors que intervenen en la competitivitat de l'activitat turística, en base a la identificació dels segments estratègics i els clústers. Els segments estratègics són parts diferenciades del producte, que "... *competeixen pels mateixos consumidors, canals de distribució o per les mateixes fonts d'avantatge competitiu*" (Monitor Company, 1992: 15), a Catalunya se n'han

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

identificat cinc (sol, esquí, natura, golf i touring). Mentre que els clústers són agrupacions d' "*...empreses i serveis turístics relacionats geogràficament, comercial i tipològicament*" (Monitor Company, 1992: 15), a Catalunya s'han considerat com a representatius els de sol (Costa Brava Sud, Costa Daurada Centre i Roses) i els de natura combinada amb l'esquí (Cerdanya i Vall d'Aran). L'estudi detallat d'aquests clústers es realitzà mitjançant el diamant de competitivitat (Porter), sistema constituït per quatre factors interrelacionats:

- Les condicions dels factors: relacionades amb la mà d'obra, el capital, el recursos naturals, les infraestructures, etc.
- El sectors de suport i relacionats: fa referència a la importància en l'existència de grups d'empreses proveïdores amb elevats fluxos d'intercanvi d'informació i tecnologia.
- La pròpia estructura dels sector i l'estratègia de les empreses: comprèn el mode d'organitzar i gestionar l'empresa. Els objectius i mentalitat dels directius condicionen clarament la seva competitivitat.
- Condicions de la demanda: determinades sobretot pels nivells d'exigència i sofisticació dels consumidors respecte a un servei o producte. En la mesura que la demanda sigui més exigent, major serà la pressió que s'exercirà sobre l'empresa per tal de millorar i innovar.

Del diagnòstic sobre la problemàtica del turisme a Catalunya i dels clústers en particular, se'n van dependre diverses opcions estratègiques que es sintetitzaren en el Pla Integral per a la Competitivitat en Turisme. Aquest pla, que havia de ser liderat per la Generalitat en col·laboració amb els altres nivells d'administració (especialment amb les institucions públiques comarcals i locals) i l'empresariat, tenia com a objectiu principal "*servir de toc d'atenció a tots els protagonistes econòmics, tant institucionals com privats, pel que fa a les implicacions de les seves accions sobre la competitivitat en turisme*" (Monitor Company, 1992:88). Per assolir els objectius es van plantejar tot un seguit de programes a desenvolupar entorn a vuit àrees, modificables segons les condicions canviants de l'entorn i les necessitats dels consumidors (veure quadre 2.10)



*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

**Quadre 2.10 Programes del Pla Integral per a la Competitivitat en Turisme de Catalunya**

Àrees	Programes
Diferenciació de l'Oferta d'Allotjament	Programa de cadenes tipològiques d'hotels i apartaments
	Programa de reconversió de places hoteleres
	Programa de millora de la qualitat de l'oferta
Protecció i Recuperació de l'Entorn Turístic Rural i Urbà	Pla General de Turisme
	Programa de disseny urbà
	Programa d'adequació d'àrees de servei
Potenciació del Personal Turístic	Programes de formació "in house"
	Programa de creació de demanda de formació
Modernització dels Sistemes de Finançament de les Empreses	Programa d'assessorament financer
Actualització de la Informació sobre les Necessitats i Queixes dels Turistes	Programa número 900 de recollida d'informació i atenció al turista
	Programa de seguiment de tendències mundials
Promoció de Serveis Auxiliars del Turisme	Programa de serveis mèdics per a estrangers
	Programa de serveis turístics innovadors
Enfocament de Campanyes de Promoció	Programa de promoció turística segmentada
	Programa de promoció per "clústers"
Potenciació de la Diversificació de Segments	Programa de Catalunya Touring

**Font: Pla de Competitivitat de Catalunya (1992).**

Al mateix temps, aquests programes havien d'anar acompanyats d'un important apartat de normes i legislacions per a tota Catalunya relacionades amb la seguretat, contractació de personal, finançament d'empreses, reglamentació d'agències de viatges, regulació de la multipropietat, etc.

El Reforçament de l'Avantatge Competitiu contribuï a un canvi d'orientació estratègica en la política turística catalana dels anys noranta, l'estratègia competitiva de preus baixos i grans volums deixava de ser viable, davant unes condicions d'elevats costos, proposant com alternativa la diferenciació del producte. També fou una interessant aportació per a l'estudi del sector turístic gràcies a l'adopció d'una metodologia innovadora (en aquells temps), que percebia la realitat turística com un sistema dinàmic conformat per múltiples factors relacionats, entre els que destacava el territori. El mètode de Porter redescobria amb els clústers i microclústers el valor de l'espai geogràfic, com a

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

suport i argument de l'oferta turística, esdevenint un avantatge competitiu influent per al desenvolupament empresarial turístic (López Palomeque, 1999). De nou, es feia evident la vinculació del turisme al territori, i com a tal la necessitat d'una ordenació i gestió conjunta.

### **3.3 La Llei de Turisme de Catalunya (2002)**

Des de la transferència de competències en matèria de turisme a les comunitats autònomes (1978), el País Basc fou la primera comunitat en fer ús de la potestat legislativa en aquest àmbit, amb la pretensió de *"...constituir un marc per al desenvolupament de les empreses i subjectes turístics, afavorint la qualitat i competitivitat dels mateixos"* (Llei 6/1994 d'Ordenació del Turisme del País Basc). Posteriorment, la resta de comunitats han anat promulgant les seves pròpies lleis generals de turisme, per a regular l'ordenació i promoció de l'activitat (veure quadre 2.11).

Si bé, a Catalunya s'havien dictat una sèrie de disposicions amb caràcter reglamentari, ordenadores de les diferents activitats i professions turístiques (decrets referents a establiments hotelers, càmpings, turisme rural, empreses explotadores d'apartaments turístics, restauració, agències de viatges, oficines de turisme, esports d'aventura, parcs aquàtics, guies de turisme) o reguladores d'aspectes comuns a les empreses turístiques (Llei 1/1990, de 8 de gener sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris; Llei 3/1993, del 5 de març de l'Estatut del consumidor, etc.). No ha estat fins recentment que s'ha aprovat una llei sectorial on s'estableixen les bases de l'ordenació general del turisme, la Llei de Turisme de Catalunya (2002).

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

**Quadre 2.11 Lleis Generals Autonòmiques d'Ordenació del Turisme**

Comunitats autònomes	Lleis de turisme
Andalusia	Llei 12/1995, del 15 de desembre
Aragó	Llei 6/2003, del 27 de febrer
Astúries	Llei 7/2001, del 22 de juny
Balears	Llei 2/1999, del 24 de març (modificada per la Llei 9/2002, de 12 de desembre)
Canàries	Llei 7/1995, del 6 d'abril, la qual ha patit diverses modificacions: <ul style="list-style-type: none"><li>- Llei 7/1997, de 4 de juliol, que modificat la Llei 7/1995</li><li>- Llei 5/1999, de 15 de març, que modifica la Llei 7/1995</li><li>- Llei 6/2001, de 23 de juliol, mesures urgents d'ordenació del territori i del turisme de Canàries</li></ul> Llei 19/2003, de 14 d'abril, en la que s'aproven les Directrius d'Ordenació General y les Directrius d'Ordenació del Turisme de Canàries
Cantàbria	Llei 5/1999, del 24 de març
Castella la Manxa	Llei 8/1999, del 26 de maig
Castella Lleó	Llei 10/1997, del 19 de desembre
Catalunya	Llei 13/2002, del 21 de juny
Comunitat Valenciana	Llei 3/1998, del 21 de maig
Extremadura	Llei 2/1997, del 20 de març
Galícia	Llei 9/1997, del 21 d'agost (modificada per la Llei 10/2004, de 2 de novembre, d'ordenació i promoció del turisme a Galícia )
La Rioja	Llei 2/2001, del 31 de maig
Madrid	Llei 1/1999, del 12 de març (modificada per la Llei 1/2003, de 11 febrer)
Múrcia	Llei 11/1997, del 12 de desembre
Navarra	Llei Foral 7/2003, del 14 de febrer
País Basc	Llei 6/1994, del 16 de març

**Font: Elaboració pròpia.**

La Llei de Turisme de Catalunya persegueix els següents objectius:

- Preservar i revaloritzar els recursos turístics existents.
- Protegir al viatger, vetllant pels seus drets i interessos.
- Incrementar els corrents turístics, tant els interiors com exteriors, amb especial atenció pel turisme de qualitat, impulsant l'activitat turística com a part substancial de l'activitat econòmica general, de gran valor per al reequilibri territorial.
- Impulsar el desenvolupament de nous productes que contribueixin a la diversificació i desestacionalització de l'activitat.
- Fomentar el turisme com a mitjà de coneixement, de comunicació i intercanvi entre els pobles i les cultures.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Promoure la qualitat i competitivitat del serveis turístics.
- Impulsar la professionalització del sector.
- Potenciar la incorporació de les noves tecnologies.
- Promocionar Catalunya com a una destinació turística integral.

Aquesta llei s'estructura en sis títols, consta de 105 articles, de cinc disposicions addicionals, dos transitòries i quatre finals. El títol primer acota l'objecte i finalitats de la llei, determina el seu àmbit d'aplicació i exposa tot un seguit de definicions que permeten interpretar-la. El títol segon, dedicat a l'ordenació i promoció dels recursos turístics, planteja com a instrument bàsic de planificació el Pla de Turisme de Catalunya. Destaca d'aquest títol, el tractament singular que se li dóna al municipi turístic, concepte ja aparegut en el Llibre Blanc de Turisme de Catalunya (1983) i més tard en la Llei Municipal i de Règim Local de Catalunya (1987), però no desenvolupat fins al moment. El títol tercer, regula els drets i deures dels usuaris turístics i el règim general de les empreses i els establiments turístics. Les empreses turístiques es classifiquen en les modalitats d'allotjament, restauració, mediació i serveis complementaris, cadascuna de la quals són definides i regulades. També vetlla per la uniformitat de criteris en els programes i estudis de formació professional reglada i ocupacional. El títol quart, té com a objecte la delimitació de les competències en matèria de turisme, diferenciant entre les que corresponen a l'administració de la comunitat autònoma, províncies, comarques (té un règim especial el Consell General d'Aran) i municipis, recaient en aquests últims destacades atribucions. En aquest sentit, la llei dissenya un sistema de distribució competencial que parteix de la idea de coordinació i col·laboració interdepartamental i interadministrativa. El títol cinquè tracta de les activitats de control i verificació del compliment d'aquesta llei. Finalment el títol sisè, conté la classificació d'infraccions que poden escometre els titulars de les activitat turístiques i la determinació de les sancions corresponents.

La Llei de Turisme de Catalunya va suscitar crítiques, procedents tant de l'àmbit polític i del propi sector turístic (Canalis, 2002), com de l'acadèmic (López Palomeque, 2003 i Arcarons, 2003). Des del punt de vista dels grups polítics de

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

la llavors oposició (PSC; ERC i IC-V), es lamentà que la llei no contemplés vies de finançament pels municipis turístics; que no desenvolupés criteris de sostenibilitat turística; i que la llei tingués poca credibilitat per manca de consens general (el nou marc jurídic havia estat aprovat per 67 vots a favor i 66 en contra). Pel que fa a les empreses i associacions turístiques, cadascuna opinà sobre els aspectes que li afectaven, els hotelers s'oposaren a l'article 20 ja que permet als municipis declarats turístics establir tributs o recàrrecs específics; mentre que les agències de viatge no van veure amb bons ulls l'article 72, on s'estableix que les oficines de turisme creades i regides per l'administració pública poden fer reserves d'allotjament i serveis turístics. Des del món acadèmic, les crítiques realitzades es sintetitzen en els següents aspectes:

- L'anàlisi de l'activitat turística catalana és massa genèrica.
- Realitza un tractament convencional dels recursos turístics, sense tenir en compte la seva dimensió territorial, el conjunt del territori com a factor de localització i recurs imprescindible per a la producció turística.
- Inadequada diferenciació turística del territori, la realitat funcional dels espais turístics va més enllà de les divisions administratives, per la qual cosa en el context d'ordenació del territori i gestió del turisme és convenient plantejar les actuacions des d'una escala supramunicipal.
- Indefinició dels instruments necessaris per a posar en pràctica la cooperació interadministrativa i les competències atribuïdes a les diferents administracions.
- Retard en la seva aprovació, Catalunya es situa en quinzena posició respecte a la resta de comunitats autònomes.

Deixant de banda la problemàtica existent, la Llei de Turisme de Catalunya constitueix un marc jurídic unitari i sistemàtic necessari davant l'elevat grau de desenvolupament del turisme i la dispersió de les seves normatives. Al mateix temps, configura un nou instrument per a la gestió i ordenació del sistema turístic català per als pròxims anys.

### **3.4 El Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010)**

De la mateixa manera que el Pla Integral per al Competitivitat en Turisme (Reforçament de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya, 1992) va sorgir com a resposta a la crisi que patia el turisme a finals dels vuitanta, principis dels noranta. La Llei de Turisme de Catalunya (2002) i el Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010) s'han creat per establir les directrius generals a seguir en un moment de reestructuració del sector.

Segons la quarta disposició addicional, de la Llei de Turisme, el termini establert per a la redacció d'aquest pla era de dos anys a comptar des de l'entrada en vigor de la mateixa. No obstant, el procés s'ha prolongat durant gairebé quatre anys, fins al febrer del 2006 quan es fa públic el Pla Estratègic del Turisme a Catalunya.

El Pla es fonamenta en una sèrie de criteris inspiradors que seran tinguts en compte al llarg de la seva realització: sostenibilitat, identitat cultural, qualitat, innovació, orientació a la demanda, competitivitat, turisme al servei del ciutadà, equilibri territorial, desestacionalització, col·laboració, cooperació i coordinació.

El document consta de quatre grans parts, una primera d'anàlisi, conformada per l'avaluació de l'oferta i la demanda, l'estructura del sector i de les variables socioeconòmiques i territorials que incideixen en l'activitat. La segona correspon a una diagnosi sobre el marc competitiu del sector turístic, acompanyada d'un anàlisi detallada de les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats (DAFO), entorn els següents eixos temàtics: territori i la societat, promoció, gestió i activitats turístiques. En la tercera es defineixen els objectius i la quarta part conté el pla d'acció.

Pel que fa als objectius, s'han fixat deu de caràcter general (i quaranta objectius específics) concretats en:

- Millorar la gestió integral del turisme per tal de consolidar el posicionament turístic a Catalunya i augmentar els ingressos per turista.
- Ordenar i integrar el desenvolupament turístic d'acord amb les capacitats, les potencialitats i la planificació del territori.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

- Incrementar la competitivitat del sector turístic mitjançant la millora de la qualitat i la innovació tecnològica.
- Augmentar la qualitat i la diversitat de l'oferta turística mitjançant la millora contínua, la reinversió, la consolidació, la diversificació de productes i una política integral de promoció.
- Posicionar Catalunya com una marca turística que sigui reconeguda i valorada pels seus valors específics i singulars.
- Potenciar la qualitat de la formació especialitzada i la seva adaptació al mercat i fomentar la qualitat dels llocs de treball del sector.
- Impulsar un model de turisme que sigui ambientalment sostenible.
- Sensibilització de la importància del turisme pel reequilibri territorial i els seus efectes en els ciutadans i altres sectors econòmics.
- Generar noves fórmules per atendre les necessitats del finançament pròpies de les destinacions turístiques.
- Adequar el marc normatiu a les necessitats actuals i futures del sector per garantir la seva eficiència.

Per tal d'assolir els objectius marcats es creen deu programes d'actuació, que agrupen quaranta-vuit accions (veure quadre 2.12) orientades a consolidar les potencialitats existents a Catalunya i a solucionar les carències detectades. Cada acció atén a diferents qüestions bàsiques que permeten la seva consecució: breu descripció, relació de l'acció amb d'altres que tenen el mateix objectiu, agents (qui són els encarregats d'activar l'acció), grau de prioritat i importància (tres nivells: baixa, mitjana i alta). La Secretaria de Comerç i Turisme del Departament d'Economia i Finances destinarà per al seu desenvolupament, entre el 2006-2010, un total de 180 milions d'euros i s'estima que els patronats provincials i Turisme de Barcelona aportaran un pressupost global de 179 milions d'euros.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta*

**Quadre 2.12 Programes i accions del Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010)**

<b>Programes</b>	<b>Accions</b>
Territori, Paisatge i Societat	Foment de l'establiment del requisits d'integració paisatgística en els projectes turístics
	Programa d'embelliment del paisatge urbà i periurbà
	Elaboració d'una estratègia d'usos turístics del territori
	Pla director de l'ús turístic del paisatge, els recursos i els espais naturals
	Pla director de l'oferta turística del golf
	Pla director de l'ús turístic sostenible de l'espai litoral
Foment i Integració de Productes Turístics	Elaboració del mapa nacional de l'oferta i els productes turístics
	Creació de l'Agenda Turística de Catalunya
	Creació de les grans rutes nacionals
	Foment de la xarxa de Centres d'Acollida Turística de Catalunya (CAT's)
	Categorització i prioritització dels productes i segments turístics
Identificació i Potenciació dels Trets Diferencials de l'Oferta Turística a Catalunya	Elaboració d'un catàleg d'icones que han d'identificar Catalunya des de la perspectiva turística
	Creació d'una línia de marxandatge i de productes autòctons de Catalunya
	Conceptualització i disseny dels Centres d'Acollida Turística de Catalunya (CATs)
Màrqueting i Promoció	Potenciació de la marca Catalunya
	Definició i aplicació dels criteris de coordinació i jerarquitització de les marques territorials
	Creació de l'Agència Catalana de Turisme
	Elaboració del pla de màrqueting turístic de Catalunya
	Creació del portal turístic de Catalunya
Modernització i Millora de la Informació Turística	Actualització de la senyalització amb finalitats turístiques
	Tipificació, estructuració, consolidació i integració de la xarxa de les oficines d'informació
	Potenciació de l'ús d'altres eines d'informació: Centres de Promoció Turística i portal turístic
Qualitat	Establiment de criteris de qualitat i determinació dels estàndards propis en les administracions públiques i les empreses del sector
	Elaboració i promoció d'instruments adreçats a la millora de la qualitat
	Realització d'accions específiques de comunicació per a la promoció de l'oferta de qualitat



**Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
 des de la dècada dels noranta**

<b>Programes</b>	<b>Accions</b>
Formació i Recursos Humans en Turisme	Identificació de les prioritats i els elements de formació i del mercat de treball del sector
	Pla de formació i ocupació dels nous col·lectius i professionals del turisme
	Revisió i impuls dels currículums de formació professional i de formació continuada
	Potenciació de Catalunya com a referència internacional de formació en turisme
	Elaboració de models de protocols per a la gestió de recursos humans en el sector turístic
Recerca Aplicada, Tecnologia i Innovació	Potenciació de l'Observatori de Turisme i estructuració i vertebració d'una xarxa d'antenes associades
	Establiment d'una metodologia per a l'harmonització del tractament de la informació estadística
	Desplegament del programa d'incentivació de recerca aplicada i tecnologia turística
	Creació de l'Institut de Recerca Turística
Enfortiment Institucional i Sectorial i Marc Normatiu	Potenciació de la col·laboració i cooperació dins els sectors públics i privats i entre ells
	Creació d'un programa de foment i internacionalització de l'activitat turística
	Enfortiment del teixit empresarial
	Millora de les condicions de finançament de les destinacions turístiques
	Creació i/o consolidació de les entitats gestores de les marques turístiques
	Creació de la Jornada Professional del Turisme
	Reforma de la Llei de Turisme i adaptació del marc normatiu
Estudi sobre la modernització dels establiments turístics	
Comunicació i Sensibilització	Simplificació i incorporació progressiva de criteris turístics a la normativa sectorial que afecta el sector
	Elaboració de les directrius de comunicació sobre els posicionament turístic de Catalunya, els seus valors i els públics objectiu
	Elaboració del llibre d'estil del turisme a Catalunya
	Disseny i impuls de campanyes comunicatives per a consolidar el prestigi del sector
	Sensibilització de la societat catalana sobre la importància del sector
	Desenvolupament del pla de gestió i comunicació turística en situacions de crisi

**Font: Pla Estratègic del Turisme a Catalunya (2005-2010).**

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

El Pla de Turisme de Catalunya és clarament un pla estratègic, que té com a precedent el Reforçament de l'Avantatge Competiu del Sector Turístic a Catalunya (1992). Destaquen d'aquest document els següents aspectes positius:

- Caràcter participatiu: el procés ha comptat amb la col·laboració de més de mil persones entre experts acadèmics, administracions turístiques, empresaris, turistes i alumnes de turisme via comissions, taules rodones, entrevistes i qüestionaris.
- Combinació de la visió sectorial amb la territorial: la transversalitat del fenomen turístic fa necessari un enfocament integral de la planificació. La perspectiva sectorial té com a objectiu *"identificar els eixos de la competitivitat de l'activitat turística per generar estratègies de planificació i de desenvolupament turístic adaptades a la realitat i a les capacitats turístiques"*, mentre que la perspectiva territorial pretén *"discernir els elements territorials que tenen caràcter estratègic per al turisme..."*. (Pla Estratègic del Turisme a Catalunya:6).
- Foment d'un desenvolupament sostenible: l'activitat turística ha de generar riquesa i crear llocs de treball, a més de respectar i preservar els recursos naturals, culturals i socials. Aquesta filosofia està present en tot el document, inclús el pla disposa d'una avaluació ambiental estratègica.
- Orientació proactiva: s'anticipa als canvis i a l'evolució futura del turisme a partir de la definició d'un model turístic desitjat.
- Obert: contempla mecanismes de control del grau de desenvolupament de les propostes i accions, gràcies a l'Oficina de Seguiment del Pla. Encara que el procés culmina amb l'aprovació del document, la planificació continua amb les tasques de revisió i actualització.
- Promou la implicació dels diferents agents tant públics com privats en la planificació i gestió de l'activitat turística: el treball cooperatiu esdevé un dels factors bàsics per a la competitivitat del sector.

*Capítol 2. La resposta de l'administració pública: La política turística espanyola i catalana  
des de la dècada dels noranta*

---

Aquest pla, a diferència d'altres, planteja com a novetat la implicació absoluta de l'empresariat turístic, tant en la seva elaboració com en el seu funcionament. Queda clar que el seu èxit no tan sols dependrà d'una bona gestió per part de l'administració sinó també en la mesura que es converteixi en el marc de referència de les decisions del sector privat. També és important ressaltar que situa la variable territorial com a prioritat, únicament des d'aquesta visió es podran establir les bases d'un futur model turístic sostenible.

Des de que es va començar a aplicar el Pla Estratègic del Turisme a Catalunya, de les quaranta-vuit accions proposades, ja s'està treballant en algunes com: la creació d'un nou portal de turisme, l'Observatori de Turisme de Catalunya (encarregat d'estudiar i analitzar l'activitat turística) i de l'Agència Catalana de Turisme (ens de promoció turística), implementació de sistemes de qualitat i modernització dels equipaments turístics, reformulació de la Llei de Turisme juntament amb el seu desplegament reglamentari i la redacció i posada en marxa des del juny del 2007 del Pla de Desenvolupament Turístic (PLADETUR). El PLADETUR, contempla tot un seguit de programes d'incentius individuals i col·lectius per fomentar que les empreses i destinacions turístiques catalanes millorin la seva competitivitat (veure quadre 2.13). Tanmateix es necessita un període de temps més llarg per poder fer balanç dels resultats obtinguts.

**Quadre 2.13 Programes i accions del Pla de Desenvolupament Turístic (PLADETUR)**

Programes	Actuacions incentivables	Quantia incentivable	Inversió mínima	Criteris atorgament
Millora d'Instal·lacions: Accessibilitat i Ecoeficiència	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptació a persones amb discapacitats</li> <li>- Instal·lació, millora i renovació</li> <li>- Millores en ecoeficiència</li> </ul>	Fins 30% projecte i màxim 25.000€	En general: 30.000 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'antiguitat de l'establiment</li> <li>- Millores similars durnat els darrers 4 anys</li> <li>- Redacció d'un projecte</li> <li>- Certificació de sistemes de gestió ambiental o qualitat</li> <li>- Ubicació en zones o municipis certificats com a Destinació de Turisme Familiar (DTF) o Destinació de Turisme Esportiu (DTE)</li> </ul>
Creació, Reforma i Rehabilitació d'Establiments d'Al·lotjament Turístic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creació d'hotels màxim 35 habitacions</li> <li>- Reforma hotels i càmpings per augment de categoria o per obtenció de certificació o distintiu de qualitat</li> <li>- Creació, reforma i rehabilitació d'establiments de turisme rural</li> <li>- Reforma d'edificis integrats per un mínim de 5 apts. turístics amb serveis comuns</li> <li>- Creació càmpings 1a categoria i luxe fins a màxim de 200 unitats d'acampada</li> </ul>	Fins 30% projecte i màxim 80.000€	En general: 100.000 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Petites empreses: comarca oferta de places d'allotjament hotelier i turisme rural inferior 1,5% del conjunt de Catalunya</li> <li>- Turisme rural: modalitat masia o casa de poble compartida</li> <li>- Municipis o zones amb programes del Pla Estratègic de Turisme a Catalunya (PETC): xarxa portals turístics de Catalunya (CATs), el Camí de Sant Jaume i altres productes derivats</li> <li>- Places allotjament turístic de la comarca</li> <li>- Volum i tipologia dels serveis turístics complementaris oferts per l'establiment</li> <li>- Dies/any obertura</li> <li>- Comarca pla de foment o dinamització</li> <li>- Ubicació zona DTF o DTE</li> </ul>

Programes	Actuacions incentivables	Quantia incentivable	Inversió mínima	Criteris atorgament
<p>Creació d'Oferta Turística Complementària</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Despeses creació d'empreses: productes turístics innovadors i de qualitat</li> <li>- Adquisició d'equipament i material necessaris per turisme actiu, cultural, etnogastronòmic, de natura i de salut</li> <li>- Despeses d'obertura de l'establiment i les rendes de localització</li> <li>- Despeses per constituir la localització física d'atenció al client</li> </ul>	<p>Fins 30% projecte i màxim 20.000€</p>	<p>En general: 30.000 €</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudis de reflexió estratègica i d'anàlisi de l'empresa</li> <li>- Municipis o zones amb programes del PETC: xarxa portals turístics de Catalunya(CATs), el Camí de Sant Jaume i altres productes derivats</li> <li>- Volum i tipologia dels serveis turístics complementaris oferts per l'empresa</li> <li>- Afavorir la desestacionalització de la demanda</li> <li>- Comarca amb una oferta de places d'allotjament hotel·ler i turisme rural inferiors al 1,5% del conjunt de Catalunya</li> <li>- Comarca pla de foment o dinamització</li> <li>- Vinculació de l'actuació incentivable amb els establiment turístics d'allotjament de la zona</li> <li>- Ubicació zona DTF o DTE</li> </ul>

Programes	Actuacions incentivables	Quantia incentivable	Inversió mínima	Criteris atorgament
Competitivitat Tecnològica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudis de digitalització</li> <li>- Internet: web i portals informatius</li> <li>- Software de gestió</li> <li>- Comercialització i facturació electrònica</li> <li>- Sistemes de transmissió informació TIC</li> </ul>	Fins 75% projecte i màxim 18.000€	En general: 9.000 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comarca Pla de Foment o Dinamització</li> <li>- Realització de millores de la qualitat o d'implantació de noves línies de negoci</li> <li>- Nombre de participants en el projecte i l'esforç econòmic</li> <li>- Incidència sobre el territori</li> <li>- Avantatges competitiu de la cooperació empresarial</li> <li>- Ubicació zona DTF o DTE</li> </ul>
Foment Territorial del Turisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creació de rutes i d'itineraris temàtics en turisme actiu, cultural, etnogastronòmic, de natura i de salut</li> <li>- Posada en valor d'elements patrimonials tangibles i intangibles del territori</li> <li>- Creació, millora i adequació de centres i elements d'interpretació turística</li> <li>- Millora d'accessos, senyalització, informació i promoció de nous productes turístics</li> <li>- Edició de material informatiu</li> <li>- Definició, articulació i configuració de nous productes i atractius turístics amb la participació públic-privada</li> <li>- Creació sistemes d'informació per al visitant</li> <li>- Posada en valor d'actius i elements travessats per rutes i itineraris promoguts per la pròpia Secretaria de Comerç i Turisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plans de foment turístic: 60% i màxim 180.000 €</li> <li>-Projectes específics de desenvolupament turístic</li> </ul>	---	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abast territorial del projecte i la implicació dels agents públics i privats</li> <li>- Adequació dels recursos als objectius, així com la viabilitat i continuïtat del projecte</li> <li>- El nivell de cooperació interadministrativa</li> <li>- El pla contempli la creació de nous productes i serveis turístics</li> <li>- El pla generi un impacte econòmic positiu en el territori i que generi sinèrgies</li> <li>- El pla tingui coherència amb les directrius estratègiques del PETC.</li> </ul>

Programes	Actuacions incentivables	Quantia incentivable	Inversió mínima	Criteris atorgament
Senyalització Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacció del projecte tècnic, elaboració i col·locació d'elements de senyalització turística</li> <li>- Manteniment dels punts de senyalització existents</li> </ul>	Fins 60% projecte i màxim 12.000€	---	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La senyalització sigui coincident o complementària amb programes del PETC: xarxa portals turístics de Catalunya (CATs), el Camí de Sant Jaume i altres productes derivats</li> <li>- La senyalització d'itineraris siguin senders de petit i gran recorregut</li> <li>-Senyalització de rutes d'abast supracomarcals</li> <li>- Senyalització de nous itineraris</li> </ul>

Font: Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya Núm. 4902 (12-06-2007).

## CAPÍTOL 3. L'EXCEL·LÈNCIA I LA QUALITAT EN LA GESTIÓ DE LES DESTINACIONS

L'excel·lència és una qualitat superior que fa a les persones o a les coses dignes de singular estimació, concepte que s'ha traslladat al camp de l'empresa i de la seva organització com a vehicle per a millorar la seva competitivitat. Aquest tendència ha donat lloc a la creació d'organismes com la Fundació Europea per al Gestió de la Qualitat (1998), format per un important grup d'empreses europees, que amb el suport de la Comissió Europea, dissenyaren un model de gestió empresarial encaminat a potenciar la seva posició en els mercats mundials, denominat model d'EFQM d'Excel·lència. Aquest model considera vuit conceptes fonamentals per aconseguir l'excel·lència (Membrado, 2002): orientació dirigida als resultats, orientació al client, lideratge i coherència en els objectius, gestió per processos i fets, desenvolupament i implicació de les persones, aprenentatge, innovació i millora continua, desenvolupament d'aliances i responsabilitat social.

En un entorn econòmic inestable i canviant com l'actual, cada vegada més es posa de manifest que la qualitat i l'excel·lència constitueixen factors determinants de l'èxit empresarial. En l'àmbit del turisme, la idea de qualitat s'incorpora a la política turística espanyola amb el primer Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures I (1992-1996), que té com a objectiu adaptar-se als canvis de tendència del mercat. Aquesta línia continua amb el Pla Futures II (1996-1999), el Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol o PICTE (2000-2006), on esdevé el principi fonamental: *"en un entorn d'unitat monetària i de convergència econòmica i social amb els nostres principals mercats emissors, i en un àmbit competitiu caracteritzat per la globalització de l'oferta i de la demanda, i la internacionalització de l'empresa turística, el sector turístic espanyol, ha de basar la seva posició de lideratge en la qualitat"* (Secretaria d'Estat de Turisme i Comerç, 2000) i es consolida amb l'actual Pla de Turisme Espanyol (2008-2012). Aquests plans marc han desenvolupant una sèrie de mesures per millorar la qualitat, per una banda a partir de l'establiment de normes per als hotels, cases rurals, càmpings, operadors i agències de viatges, restaurants, estacions d'esquí, etc. Mentre que per l'altra, s'han creat accions



dirigides a la qualitat de les destinacions, com els plans d'excel·lència turística, els plans de dinamització turística, el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinació (SICTED), els plans de dinamització del producte i els plans de rehabilitació d'equipaments i entorns naturals i urbans.

En aquest context, els plans d'excel·lència turística han estat una iniciativa en pro de qualitat i l'excel·lència, adreçada a millorar de forma global les destinacions madures. En cap cas, la filosofia dels plans qüestionava la viabilitat de la destinació, si bé acceptava que era necessari establir estratègies que permetessin corregir les debilitats i deficiències d'aquests espais turístics, tal i com es recull en el document de presentació dels Plans d'Excel·lència i Dinamització Turística: *“donat que algunes de les nostres destinacions tradicionalment més atractives estan patint tot un seguit de problemes i acceptant com a premissa que cap situació és irreversible, sinó que es poden trobar solucions fomentant una política de recuperació dels espais perduts”* (Direcció General de Turisme, 1998).

## **1. ELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA**

El pla d'excel·lència turística ha estat un instrument desenvolupat a començaments dels noranta per l'Estat, en col·laboració amb l'administració autonòmica i local, en resposta al declivi detectat en diferents destinacions turístiques madures, especialment de sol i platja. Aquests plans han perseguit com a objectius comuns augmentar la qualitat dels serveis turístics de la destinació; millorar el medi urbà i natural del municipi; ampliar i millorar l'oferta complementària; posar en valor els recursos turístics, crear nous productes; a més de sensibilitzar i implicar la població i els agents locals en una cultura de la qualitat. En definitiva, segons la Direcció General de Turisme (1998), s'han dissenyat actuacions encaminades a cuidar els petits detalls fàcilment reconeguts i percebuts pel turista, que es materialitzen entorn:

- Condicionament i millora de platges: neteja i dotació d'accessoris, vigilància, serveis sanitaris i higièncs, parcs o zones lúdiques, instal·lació de papereres, etc.

- Dotació d'equipaments, accions d'embelliment i senyalització: enjardinament, mobiliari urbà, il·luminació, etc.
- Millora accessos: carrils bicis, rotondes, pàrquings, etc.
- Dotació de zones verdes: accions d'esponjament, creació de parcs urbans, etc.
- Recuperació urbanística i del patrimoni: rehabilitació de façanes, recuperació de cascs històrics, etc.
- Ordenació i actuacions en el medi ambient: estudis sobre repercussió del medi ambient, aplicació de l' Agenda Local 21, disseny de plans espacials de protecció, repoblació i recuperació d'espais naturals, etc.
- Diversificació i enriquiment de l'oferta turística: creació d'oficines d'informació turística, centres d'interpretació, museus, senders, circuits, miradors, potenciació del turisme esportiu, d'activitats culturals i turisme de congressos.

Els plans d'excel·lència turística han estat el reflex d'una nova cultura turística a Espanya, basada en el tractament integral de la destinació; el lideratge de l'administració local i la corresponsabilitat (veure figura 3.1). S'ha tractat de millorar la destinació de forma global, incidint en tots els aspectes i involucrant a tots els agents que ve directa o indirectament intervenen en l'activitat. S'ha impulsat el paper de l'administració local en la gestió i planificació dels espais turístics, ja que es disposa d'una major proximitat al coneixement de la realitat, i perquè des d'aquest nivell s'ofereixen la major part dels serveis públics tant turístics, com d'altres no considerats estrictament turístics però imprescindibles per satisfer les necessitats dels visitants. Finalment, el lideratge local ha partit del principi de la cooperació, ja sigui financera com d'assessorament, amb la resta d'administracions (estatal i autonòmica) i agents privats.

**Figura 3.1 Principis bàsics d'un pla d'excel·lència turística**



**Font: Elaboració pròpia.**

La iniciativa d'optar a un pla d'excel·lència ha correspost per regla general als ajuntaments, encara que també s'ha donat en territoris supramunicipals on es posaren d'acord mancomunitats, comarques, cabildos o bé consells insulars. Han estat aquestes entitats les que presentaven davant de l'administració autonòmica la sol·licitud, la qual havia d'anar acompanyada d'una memòria que descrigués la destinació, les seves característiques, els objectius que perseguien amb la seva posada en marxa, i les actuacions que es proposaven realitzar. La Direcció General de Turisme de les comunitats autònomes era l'encarregada d'analitzar i valorar les sol·licituds en funció del rigor dels plantejaments; els objectius de la destinació, la qualitat tècnica i estètica dels projectes; la innovació i l'enfocament de la gestió que proposaven; i els compromisos financers. Però sobretot, es valorava el compromís dels empresaris turístics de la destinació a participar activament en el pla, així com la introducció de criteris de sostenibilitat en les destinacions (Agenda Local 21, implantació de sistemes de gestió mediambientals). El procés continuava enviant les candidatures i la seva prioritització a la Direcció General de Turisme de l'Estat, la qual les examinava de nou i elaborava una proposta de concessió, resultat de la ponderació entre la valoració rebuda per les comunitats autònomes, la valoració realitzada per la pròpia Direcció General de Turisme, la prioritització de les comunitats autònomes i la disponibilitat pressupostària. La proposta era debatuda en la Taula de Directors Generals de Turisme, fins arribar a un acord en la concessió dels plans. Per últim, era necessari que la Conferència Sectorial de Turisme ratifiqués les decisions preses per la Taula de Directors. Un cop seleccionades les destinacions, la definició última del pla es realitzava en una reunió entre les tres

administracions (estatal, autonòmica i local) i el sector privat, on es concretaven els diferents termes de l'acord, mitjançant la firma d'un conveni de col·laboració. És d'interès ressaltar que les convocatòries d'aquests plans es produïen de forma anual per la pròpia Direcció General de Turisme.

### **1.1 Gènesi i evolució**

Els plans d'excel·lència turística van néixer amb el primer Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures I (1992-1995), dins el Programa de Suport a la Consecució de l'Excel·lència Turística en Entorns Naturals i Urbans. Aquests primers plans perseguïen una doble finalitat, aconseguir uns estàndards d'excel·lència turística d'acord amb les exigències del mercat i prestigiar el sector turístic espanyol.

El municipi de Calvià, localitat de turisme massiu de sol i platja, fou el pioner a desenvolupar aquesta iniciativa. El Pla d'Excel·lència de Calvià, amb una inversió total de 9,02 milions d'euros, es va estructurar en tres grans línies estratègiques, englobant cadascuna diverses actuacions (Vera, et al. 1995):

- Construcció d'infraestructures bàsiques i esponjament de zones saturades: regeneració de platges, remodelació dels passeigs marítims de Santa Ponça i Palmanova, remodelació de carrers, senyalització, millores en la xarxa de clavegueram i aigua potable i l'enderrocament d'edificis obsolets situats en la costa.
- Millora de la qualitat, la promoció, i la professionalitat. Per afrontar l'estacionalitat turística es dissenyaren els productes "Calvià, l'Hivern Europeu", i "Mallorca Calvià Club". Dirigits a millorar l'articulació entre la formació professional i la demanda de llocs de treball, es va fundar l'Institut de Formació i Ocupació de Calvià (IFOC). Respecte a la promoció, l'acció més rellevant fou la creació d'una pàgina web d'informació turística.
- Cooperació, cohesió social i participació ciutadana: agrupava actuacions que fomentaven acords entre les diferents administracions, agents socials i empresarials.

Durant el període de vigència del Pla Futures I es van aprovar tretze plans d'excel·lència turística (PET), amb un pressupost total de 44,4 milions d'euros. La major part dels plans es localitzaren al litoral, com es pot observar en el quadre 3.1, predominant els del tram Mediterrani respecte als de l'Atlàntic.

**Quadre 3.1 Plans d'excel·lència turística desenvolupats amb el Pla Futures I (1992-1995)**

Any Concessió	Tipus	Inversió (milions €)	Pla
1992	PET	9,02	Calvià
1993	PET	1,53	Torremolinos
1993	PET	2,75	La Manga
1993	PET	4,96	Valle de la Orotava
1993	PET	2,82	Gandia
1994	PET	2,7	Benalmádena
1994	PET	2,78	Roquetas
1994	PET	5,41	Gran Canaria Sur
1994	PET	2,70	Peñíscola
1995	PET	2,43	Llanes
1995	PET	0,45	Menorca
1995	PET	1,62	Sant Antoni de Portmany
1995	PET	5,23	Málaga

**Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.sgt.tourspain.es>.**

Davant l'èxit de les primeres experiències, el Pla Marc de Competitivitat del Turisme Espanyol o Pla Futures II (1996-1999), va mantenir la figura dels plans d'excel·lència dins el Programa de Destinacions Turístiques i n'introduí una de nova, els plans de dinamització turística (PDT). Aquests últims, estaven enfocats a destinacions amb un turisme incipient, ja sigués tant de petites ciutats amb important patrimoni històric, com poblacions amb destacada riquesa natural. Entre els principals objectius es trobaven els següents (Direcció General de Turisme, 1998):

- Posada en valor i ús turístic dels recursos.
- Estudi i disseny de polítiques i estratègies de producte, preu, promoció i comercialització.
- Enfortiment i integració del teixit empresarial mitjançant el foment de l'associacionisme, l'assessorament i el suport a les empreses.

- Creació de nous productes basats en l'explotació innovadora dels recursos respectant el medi.
- Articulació dels recursos, serveis i oferta turística com a producte i la seva integració com a destinació.

**Quadre 3.2 Plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats amb el Pla Futures II (1996-1999)**

Any Concessió	Típus	Inversió (milions €)	Pla
1996	PET	1,71	Estación Náutica del Mar Menor
1996	PET	0,90	Valle de Benasque
1996	PET	0,72	Valle de Tena
1996	PDT	1,26	Cúellar
1997	PET	2,70	Almuñecar
1997	PET	1,62	Conil
1997	PET	2,70	Laredo
1997	PET	3,25	Vall de Boí
1997	PET	3,61	Fuengirola
1997	PET	2,16	Tarifa
1997	PDT	1,62	Valle de Trubia
1997	PET	2,16	Ribadesella
1997	PET	5,41	Alcúdia
1997	PDT	1,08	Zafra
1997	PDT	1,62	Comarca de Trives
1997	PET	2,70	Baiona
1998	PDT	0,81	Sierra de Gúdar
1998	PET	3,25	Costa del Sol -Axarquía
1998	PET	4,06	Las Palmas
1998	PET	2,70	San Vicente de la Barquera
1998	PDT	2,70	Cuenca
1998	PDT	1,35	Peñafiel
1998	PDT	2,70	Baix Empordà
1998	PDT	1,08	Trujillo
1998	PET	2,70	Calella de Mar
1998	PDT	2,70	Aranjuez
1998	PDT	1,35	Aguilas
1998	PDT	1,35	Cartagena
1998	PDT	1,35	Mazarrón
1999	PDT	1,35	Sanlúcar
1999	PET	1,80	Cambrils
1999	PET	1,80	Salou
1999	PET	2,70	Lloret
1999	PET	4,06	Ávila
1999	PET	4,06	Segovia
1999	PDT	1,08	Valle del Cidacos
1999	PET	2,70	Oropesa del Mar

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.sgt. tourspain.es>.

Durant el període de vigència del Pla Futures II (1996-1999) s'aprovaren un total de trenta-set plans, dels quals vint-i-dos corresponien a plans d'excel·lència i quinze a dinamització (veure quadre 3.2). Inicialment els plans d'excel·lència es concedien únicament a destinacions litorals madures de sol i platja, amb el Futures II s'amplià l'àmbit d'acció, incorporant zones de muntanya (Valle Benasque, Valle de Tena i Vall de Boí) i ciutats patrimonials (Ávila i Segovia), receptores aquestes últimes d'un important nombre de turistes però sense generar riquesa en la mateixa magnitud, ja que més que turistes són visitants de dia. La inversió global dedicada als plans d'excel·lència i dinamització va ser de 82,87 milions d'euros, gairebé el doble respecte al Futures I.

A la vista de l'elevat grau d'acceptació per part de les destinacions d'aquests mecanismes de planificació i promoció turística, el Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol o PICTE (2000-2006) va reforçar la seva implantació amb el Programa Qualitat de Destinacions Turístiques. Durant aquest període es produí un increment espectacular del nombre de plans aprovats (cent trenta-un) amb una mitjana de concessió de vint-i-sis anuals; i un augment significatiu del pressupost assignat, que arribà a 316,66 milions d'euros, gairebé quatre vegades més que el Futures II. El PICTE a diferència del Futures I i II, donava major importància als plans de dinamització, representant el 62% del total aprovats (veure quadre 3.3).

**Quadre 3.3 Plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats amb el PICTE (2000-2006)**

Any Concessió	Tipus	Inversió (milions €)	Pla
2000	PET	5,77	Costa Tropical
2000	PDT	1,35	Isla Cristina
2000	PET	2,70	Cáceres
2000	PET	2,70	Mérida
2000	PET	2,70	Plasencia
2000	PDT	1,35	Valle de Aragón
2000	PDT	1,35	Maestrazgo
2000	PET	1,51	Cudillero
2000	PET	2,16	Gijón
2000	PET	6,76	Port de Sóller
2000	PDT	1,73	Cuencas Mineras
2000	PDT	2,16	Agüimes
2000	PET	9,02	Adeje Arona
2000	PDT	2,73	Talavera de la Reina
2000	PET	3,61	Toledo
2000	PDT	1,35	Ponferrada

*Capítol 3. L'excel·lència i la qualitat en la gestió de les destinacions*

Any Concessió	Tipus	Inversió (milions €)	Pla
2000	PET	1,35	Palencia
2000	PET	2,70	Salamanca
2000	PDT	1,80	Cardona
2000	PDT	1,80	Pallars Sobirà
2000	PET	2,70	Roses
2000	PDT	1,35	Caravaca
2000	PDT	1,35	Valle del Ricote
2000	PET	4,06	Torreveja
2001	PDT	1,80	Tierra de Caballeros
2001	PET	5,41	Córdoba
2001	PDT	1,35	Matarraña
2001	PDT	1,80	Comarca de la Sidra
2001	PDT	2,16	Alto Asón
2001	PDT	1,35	Campo de los Valles
2001	PET	5,41	Platja de Palma
2001	PDT	2,74	San Bartolomé
2001	PDT	2,74	Santa Cruz de la Palma
2001	PDT	1,35	Las Médulas
2001	PDT	1,35	Montaña Palentina
2001	PET	3,61	El Vendrell
2001	PDT	1,35	Coria
2001	PDT	2,70	O Carballiño
2001	PET	4,06	O Grove- Sanxenxo
2001	PET	4,06	Santiago de Compostela
2001	PDT	1,80	Murcia- El Valle
2001	PDT	1,35	Valle de Iregua
2001	PET	2,70	Alcalá de Chivert
2001	PDT	3,61	Ceuta
2002	PET	2,70	Zamora
2002	PDT	2,40	Sierra de las Nieves
2002	PDT	1,62	Sobrarbe
2002	PET	2,70	Zaragoza
2002	PDT	2,70	Melilla
2002	PDT	0,72	Aljarque
2002	PET	2,88	Sant Lluís-Punta Prima
2002	PET	5,41	Santander
2002	PET	2,70	Viveiro
2002	PDT	1,80	Guadalajara
2002	PDT	1,62	Sigüenza
2002	PET	1,80	Seu d'Urgell
2002	PET	1,80	Vall d'Aran
2002	PDT	1,35	Olivenza
2002	PDT	2,16	Barbanza
2002	PDT	1,62	Sierra Espuña
2002	PDT	1,62	Sonsierra Riojana
2002	PET	2,16	Benicàssim
2002	PDT	2,16	Badajoz
2003	PDT	5	Costa da Morte
2003	PET	2,70	Valladolid
2003	PDT	1,08	Terra Alta
2003	PET	1,62	Sitges
2003	PDT	2,16	Palma del Condado



*Capítol 3. L'excel·lència i la qualitat en la gestió de les destinacions*

Any Concessió	Tipus	Inversió (milions €)	Pla
2003	PDT	2,14	Somontano de Barbastro
2003	PDT	2,70	Almería
2003	PET	2,14	Teruel
2003	PDT	1,44	Castropol
2003	PDT	2,16	Oscos-eo
2003	PET	2,70	Oviedo
2003	PET	3,60	Cala Bou, San Josep
2003	PDT	1,44	Buena Vista del Norte, Los Silos, Garachico i El Tanque
2003	PDT	1,44	Tejeda
2003	PET	3,60	Comillas
2003	PDT	2,16	Valle del Cabriel
2003	PET	2,70	Burgos
2003	PDT	3,86	O Salnés
2003	PDT	1,44	Ribadeo
2003	PDT	1,62	Navacerrada
2003	PDT	1,62	Navalcarnero
2003	PET	1,62	San Lorenzo del Escorial
2003	PDT	2,16	Noroeste Murcia
2003	PET	2,70	Santo Domingo de la Calzada
2003	PDT	2,16	Alcoi
2003	PET	2,16	Vinaròs
2004	PDT	2,16	Santa Susanna
2004	PET	3,60	Santoña
2004	PET	3	Lugo
2004	PDT	3,60	Rutas del Vino
2004	PDT	2,16	Albarracín
2004	PET	2,16	Jerez de la Frontera
2004	PDT	2,16	Condado de Huelva
2004	PET	2,02	Cangas de Onís
2004	PDT	2,52	Comarca de Avilés
2004	PET	3,15	Porto-Cristo, Manacor
2004	PET	2,16	Sant Antoni de Portmany
2004	PDT	1,44	Barlovento
2004	PET	3,60	Teguiise
2004	PDT	2,16	San Ildefonso
2004	PDT	2,16	Comarca de la Vera
2004	PDT	1,84	San Asensio
2004	PDT	2,16	Comarca de las Hurdes
2004	PDT	2,16	Nordeste- Altiplano Murcia
2004	PDT	1,84	Montanejos
2004	PDT	1,84	Segorbe
2004	PDT	1,80	Comarca del Campo de Daroca
2005	PDT	1,80	Rincón de Ademúz
2005	PDT	1,65	Sierra de Javalambre
2005	PDT	1,20	Bajo Nalón
2005	PDT	2	Entornos embalses Guadalhorce- Guadalteba
2005	PDT	1,65	Levante Almeriense
2005	PDT	3,73	Norte Gran Canaria
2005	PET	3	Eivissa
2005	PDT	1,20	Puerto del Rosario

Any Concessió	Tipus	Inversió (milions €)	Pla
2005	PDT	1,35	Comarca del Pisuèfia, Pas y Miera
2005	PET	1,35	Santillana del Mar
2005	PDT	2,70	Comarcas Sierra Suroeste, Tentudía y Campiña Sur
2005	PDT	2,16	Comarcas de Sierra de San Pedro, Sierra Gata i las Hurdes
2005	PDT	4,20	Terres de l'Ebre
2005	PDT	2,94	Ribeira Sacra
2005	PDT	2,34	Embalse del Atazar
2005	PET	2,85	Alcaná de Henares
2005	PDT	1,80	Sierra Minera de la Unión y Cartagena
2005	PET	1,80	Mar Menor
2006	PDT	0,90	Bajo Oja-Tirón
2006	PET	4,20	Canal de Castilla

**Font:** Elaboració pròpia a partir de <http://www.sgt.tourspain.es>.

Des de que s'iniciaren aquests instruments de gestió turística, a Catalunya s'han concedit un total de disset plans, deu d'excel·lència i set de dinamització, que han beneficiat un total de cent dos municipis, valor elevat perquè diversos plans s'han desenvolupat sobre un àmbit comarcal o supramunicipal. L'evolució dels plans a Catalunya ha estat irregular al llarg del temps, després de cinc anys de funcionament a nivell espanyol, aconseguix firmar en el marc del Futures II el primer pla d'excel·lència, el de la Vall de Boí (1997). És paradoxal que s'iniciïn en una àrea de muntanya, tenint en compte que la dinàmica turística catalana es focalitza principalment en el litoral. Aquest pla tenia com a objectiu prioritari pal·liar la marcada estacionalitat turística de la demanda d'esquí, mitjançant l'explotació de recursos naturals i patrimonials. En el 1998 s'aprova un nou pla d'excel·lència, aquesta vegada dirigit a una destinació madura del litoral, Calella de Mar, i apareix la figura del pla de dinamització turística en la comarca del Baix Empordà. L'any més fructífer en quant a concessió de plans d'excel·lència és el 1999, tres destinacions de sol i platja són les escollides, Lloret de Mar, Salou i Cambrils, de fet el de Salou i Cambrils havia de ser un sol pla, però s'arriba a l'acord de repartir l'assignació pressupostària. Sota el programa PICTE, es posen en marxa els plans d'excel·lència de Roses (2000), El Vendrell (2001), la Seu d'Urgell (2002), la Vall d'Aran (2002) i Sitges (2003); a més de la major part dels plans de dinamització desenvolupats en aquesta regió turística, com Cardona (2000), el Pallars Sobirà (2000), la Terra Alta (2003), Santa Susanna (2004) i les Terres de l'Ebre (2005).

Paral·lelament, a Catalunya es crea una nova iniciativa el Pla de Foment o Cooperació Turística, que si bé presenta moltes semblances envers els plans de dinamització turística, es poden detectar alguns trets diferenciadors:

- El plans de foment al igual que els dinamització es regeixen pel principi de la cooperació entre administracions, però en els de foment no intervé l'administració estatal, només l'autonòmica i la local.
- Menor duració temporal, entre un i dos anys.
- Inferior dotació financera, ja que intervenen menys administracions.

Els objectius que es persegueixen amb la implantació d'un pla de foment són incrementar el nombre de turistes, crear un territori turístic compacte (conformat per destinacions turístiques amb productes similars), incrementar i diversificar l'oferta turística mitjançant la creació de nous productes i infraestructures, incrementar l'estada i la despesa del turista a la regió, i articular els recursos, serveis i oferta com a producte turístic integral. Des de que s'inicià aquesta iniciativa en el 2001, s'han desenvolupat onze plans, bona part d'ells situats en zones d'interior, amb una inversió total de 5.114.051 d'euros. (veure quadre 3.4).

**Quadre 3.4 Plans de Foment o Cooperació Turística (2001-2006)**

Pla	Duració	Inversió (€)
Ajuntament d'Amposta	2001-2003	582.686
Ajuntament de Castell-Platja d'Aro	2002-2003	458.306
Ajuntament de Montblanc	2002-2003	299.220
Ajuntament de Banyoles-Consell	2004-2005	360.000
Comarcal del Pla de l'Estany	2004-2006	360.000
Consorci Albera-Ter	2004-2006	390.000
Consell Comarcal de l'Anoia	2004-2006	260.000
Consell Comarcal de la Selva	2004-2006	420.000
Ruta del Cister	2006-2008	500.275
Comarca del Bages	2006-2008	600.000
Ajuntament de Girona i Consell	2006-2008	883.564
Comarcal del Gironès		
Consell Comarcal del Priorat		

**Font: Elaboració pròpia a partir de la Direcció General Turisme de Catalunya.**

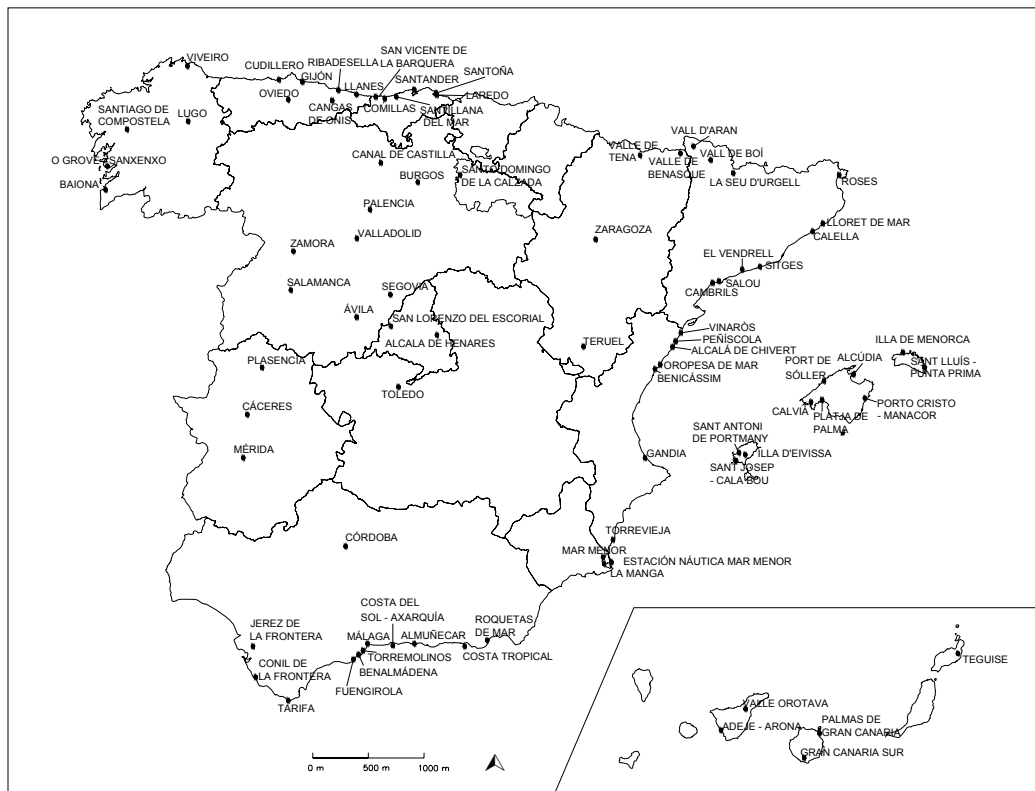
Les actuacions realitzades en els plans de foment segueixen la línia de les dissenyades en els plans de dinamització:

- Estudis tècnics: inventari de recursos turístics, etc.
- Valorització dels recursos naturals i patrimonials: creació de rutes, rehabilitació i senyalització d'espais i monuments d'interès turístic.
- Millora i creació de noves infraestructures i equipaments turístics.
- Accions de promoció i comercialització turística: creació de pàgines web turístiques, participació en fires comarcals i de turisme, elaboració de guies.
- Formació i foment de la qualitat de l'oferta.

### **1.2 Característiques**

Els plans d'excel·lència aprovats a Espanya fins al 2006 (últim any de concessió d'aquests instruments) sumen un total de vuitanta-quatre, quantia lleugerament inferior als plans de dinamització turística (noranta-set). Les comunitats autònomes que entre 1992 i 2006 van desenvolupar un major nombre són Andalusia (dotze), Balears (onze), Catalunya (deu), Castella i Lleó (vuit), Comunitat Valenciana (set), Astúries (sis), Cantàbria (sis), Galícia (cinc) i Canàries (cinc). En la resta la quantia és menor, com succeeix a Aragó (quatre), Múrcia (tres), Extremadura (tres), Madrid (dos), Castella la Manxa (un), La Rioja (un), o bé és inexistent en el País Basc i Navarra (veure mapa 3.1).

Mapa 3.1 Els plans d'excel·lència turística (1992-2006)



Font: Elaboració pròpia a partir <http://www.sgt.tourspain.es>.

Pel que fa a la seva distribució espacial, més de la meitat s'han localitzat en àmbits litorals o pre-litorals. En nombres absoluts, Balears (onze), Andalusia (onze), Catalunya (set), Comunitat Valenciana (set) i Canàries (cinc) són les comunitats autònomes que han presentat una major concentració litoral, mentre que en proporció a nombre de municipis litorals, Múrcia (37,50%), Balears (28,95%) i Cantàbria (23,07%) ocupen les primeres posicions, tal com s'observa en el quadre 3.5. Cal destacar que tant la comunitat de Múrcia, Balears com Andalusia han aplicat diferents plans d'excel·lència en un mateix espai turístic, en el cas de Múrcia a la zona del Mar Menor (Estació Nàutica del Mar Menor, El Mar Menor i La Manga); en el cas de les Balears en l'àmbit insular de Menorca (Sant Lluís-Punta Prima) i Eivissa (Sant Antoni de Portmany i Sant Josep- Cala Bou).

**Quadre 3.5 Distribució i concentració del plans d'excel·lència turística litorals (1992-2006)**

Comunitats autònomes	Núm. municipis litorals	Núm. plans litorals	% municipis litorals amb PET
Catalunya	70	7	10
Comunitat Valenciana	61	7	11,48
Múrcia	8	3	37,50
Andalusia	63	10	15,87
Balears	38	11	28,95
Canàries	76	5	6,58
Galícia	76	3	3,95
Astúries	20	4	20
Cantàbria	26	6	23,07

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.sgt.tourspain.es>.

La presència de plans d'excel·lència en ciutats d'interior d'alt valor històric i monumental (algunes d'elles declarades Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO) ha estat més petita, però no per això menys important, ja que han impulsat un canvi d'orientació en el desenvolupament turístic d'aquestes destinacions, caracteritzades per una manca d'infraestructures i equipaments adequats per acollir activitats turístiques, infrautilització del patrimoni cultural i urbà, problemes de saturació i congestió, banalització de l'oferta i pèrdua d'identitat. En aquest sentit, un dels primers plans aprovats, el d'Àvila (1999), va plantejar cinc grans línies d'actuació dirigides a augmentar la competitivitat i sostenibilitat de l'activitat turística:

- Recuperació urbana. Procurar una ciutat habitable i cohesionada.
- Estructuració del producte turístic. Obtenir una destinació competitiva i diferenciada.
- Actuacions complementàries directament relacionades amb el futur: la ciutat cultural i de trobada.
- Adequació dels recursos humans a les noves exigències
- Redefinició dels plantejaments de comunicació i comercialització.

Els plans de ciutats històriques han tingut una elevada incidència en les comunitats autònomes de Castella i Lleó (set) i Extremadura (tres), mentre que ha estat inferior a Aragó (dos), Madrid (dos), Galícia (dos), Astúries (dos), Andalusia (dos), Catalunya (un), Castella la Manxa (un) i La Rioja (un), veure mapa 3.1.

Un tercer àmbit territorial d'afectació dels plans d'excel·lència ha correspost a zones de muntanya, en concret centres de turisme de neu, que evidenciaven problemes fonamentalment d'estacionalitat, saturació i manca d'oferta complementària. Davant aquestes circumstàncies, els objectius que s'han marcat els plans d'excel·lència han estat bàsicament de diversificació de l'oferta turística, a partir de la posada en valor dels recursos naturals i patrimonials; cura i millora del medi ambient; i difusió i promoció turística de la diversitat d'atractius. La seva implantació ha estat feble, tan sols s'han desenvolupat quatre plans, i limitada geogràficament al Pirineu (veure mapa 3.1). El Valle de Tena i de Benasque (Pirineu aragonès) foren les primeres àrees de muntanya on es van endegar aquests plans (1996), al que s'afegeixen més tard la Vall de Boí (1997) i la Vall d'Aran (2002), dins el Pirineu català.

Catalunya és la única comunitat autònoma litoral que ha executat plans d'excel·lència en els tres possibles espais turístics d'aplicació:

- Sol i platja: Roses, Lloret de Mar, Calella de Mar, Sitges, El Vendrell, Salou i Cambrils
- Ciutats històriques: Seu d'Urgell
- Zones de muntanya: Vall d'Aran i Vall de Boí.

Aquest fet permet afirmar que si bé el model de desenvolupament turístic català ha d'afrontar les dificultats pròpies de les destinacions madures, disposa d'una capacitat d'adaptació i diversificació destacada. L'adopció dels plans d'excel·lència constitueix un indicador d'aquest procés de resposta, basat en la incorporació de criteris de qualitat global en les destinacions.

Pel que fa a la vessant econòmica, el finançament dels plans es realitzava mitjançant el principi de corresponsabilitat, dividint de forma paritària l'aportació entre l'administració central, autonòmica i local. Fins al 2006 els plans d'excel·lència han comptat amb un pressupost total de 257,44 milions d'euros, mentre que els plans de dinamització han presentat una dotació lleugerament inferior, de 186,49 milions. La inversió mitjana per pla d'excel·lència ha estat de 3,06 milions d'euros, xifra que amaga valors molt dispars, que oscil·len entre els

9,02 milions d'euros dels municipis de Calvià i Adeje-Arona, als menys d'un milió de la illa de Menorca, Valle de Benasque i Valle de Tena. Les comunitats autònomes que han dedicat una major inversió als plans d'excel·lència han estat les Balears, Andalusia, Canàries i Castella i Lleó; amb un pressupost moderat es situen la Comunitat Valenciana, Cantàbria, Catalunya, Galícia i Astúries; mentre que l'aportació financera ha estat petita a Extremadura, Aragó, Múrcia, Madrid, Castella la Manxa i La Rioja (veure quadre 3.6). Aquestes diferències d'assignació pressupostària s'expliquen fonamentalment per tres factors, que poden aparèixer de forma independent o bé combinada:

- Capacitat econòmica de l'ens sol·licitant: tenint en compte que generalment es fixava la quantia de la inversió des de l'administració local, municipis grans com les capitals de província disposen d'un major finançament, és el cas de la comunitat de Castella i Lleó, que dels vuit plans aprovats, set d'ells corresponien a les seves capitals (Burgos, Palencia, Valladolid, Zamora, Salamanca, Àvila i Segovia) i la d'Andalusia (Córdoba i Málaga).
- L'estructura del sistema productiu: en aquelles comunitats on l'activitat turística és més destacada, les administracions públiques hi ha destinat un major suport econòmic, tal com va succeir en les Illes Balears i les Canàries.
- Plans conjunts litorals: quan el plans es concedien a agrupacions de municipis litorals, aquests aconseguien assolir pressupostos elevats per a desenvolupar les actuacions, com a Canàries (Gran Canària Sur amb 5,41 milions d'euros i el Valle de la Orotava amb 4,96) i Andalusia (la Costa del Sol-Axarquía amb 3,25 milions d'euros i la Costa Tropical amb 5,77). Tanmateix, aquest factor no es compleix en la comunitat de Múrcia, ja que els tres plans compartits es van desenvolupar en un mateix espai turístic, el Mar Menor.



**Quadre 3.6 Inversió dels plans d'excel·lència turística (1992-2006), per comunitats autònomes**

Comunitats autònomes	Inversió total (en milions €)	Núm. plans	Inversió mitjana (en milions €)
Catalunya	23,78	10	2,38
Comunitat Valenciana	19,30	7	2,76
Balears	43,46	11	3,95
Múrcia	6,26	3	2,09
Andalusia	38,92	12	3,24
Canàries	27,05	5	5,41
Extremadura	8,10	3	2,70
Castella la Manxa	3,61	1	3,61
Madrid	4,47	2	2,24
Castella i LLeó	24,47	8	3,06
Galícia	16,52	5	3,30
Astúries	12,98	6	2,16
Cantàbria	19,36	6	3,23
La Rioja	2,70	1	2,70
Aragó	6,46	4	1,62

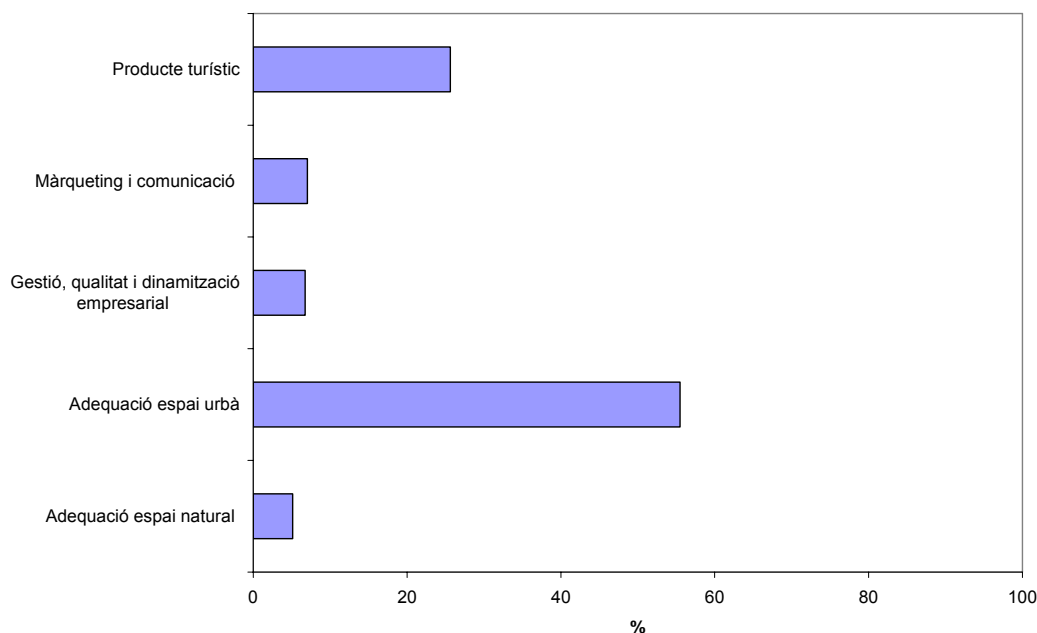
**Font:** Elaboració pròpia a partir de <http://www.sgt. tourspain.es>.

Si s'analitza considerant la inversió mitjana per pla d'excel·lència, a banda de Canàries, Balears, Andalusia i Castella i LLeó, també s'incorporen al mateix nivell Galícia, Cantàbria i Castella la Manxa. Presentaven valors moderats la Comunitat Valenciana, Extremadura, La Rioja, Catalunya, Madrid, Astúries i Múrcia (veure quadre 3.6), mentre que el pressupost mitjà més baix es localitza a Aragó, donat que en aquesta comunitat es van ubicar dos dels plans d'excel·lència de muntanya, els de menor dotació econòmica.

La distribució dels pressupostos per tipus d'actuacions posa de manifest que la principal partida s'ha dedicat a l'adequació del medi urbà (55,48%), que inclou accions en equipaments (mobiliari urbà, enllumenat, neteja urbana, senyalització urbana, turística i d'interpretació), infraestructures (millora accessos i carreteres, millora vies urbanes, aparcaments i sanejament d'aigües), enjardinament i embelliment, recuperació urbanística del casc urbà (actuacions integrals en barris o nuclis urbans, condicionament d'edificis i façanes, incentius als particulars, esponjament), recuperació de platges i passeigs marítics, estudis de caràcter general i recuperació del patrimoni històric. Mitjançant aquest ampli ventall d'actuacions s'ha pretès rehabilitar els espais degradats de les destinacions turístiques i millorar la seva imatge

externa. Per altra banda, és de destacar la importància que se li ha donat a la creació de producte, element fonamental per a diversificar l'oferta i reduir l'estacionalitat, aquest aspecte ha acaparat el 25,62% del finançament, englobant accions com l'elaboració de plans estratègics de producte, creació de nous productes (turisme de naturalesa, cultural, d'oci i esports, social, de congressos, gastronòmic) i serveis públics al turista (recepció i informació, seguretat pública, salut i transport). En canvi, han rebut poca atenció pressupostària les iniciatives d'adequació de màrqueting i comunicació (accions de promoció, estudis estratègics de màrqueting i de perfil del turista); gestió, qualitat i dinamització empresarial (suport a la gestió, formació i programes de qualitat); i adequació del medi natural (neteja i condicionament de terrenys, senyalització i mobiliari en els espais naturals, elaboració d'estudis sobre les repercussions mediambientals), aquestes únicament han representat entre un 5-7% de la inversió (veure figura 3.2).

**Figura 3.2 Distribució de les inversions per tipus d'actuacions justificades (1992-2006), en els plans d'excel·lència turística espanyols**



Font: Elaboració pròpia a partir <http://www.sgt.tourspain.es>.

Respecte a la duració temporal dels plans d'excel·lència, el compromís d'aportació financera comprenia entre tres i quatre anys, en funció del projecte

presentat. Fonamentalment han predominat els plans de menor durada, els de tres anys, que suposen el 90,9%, únicament Calvià, Roquetes de Mar, Gran Canària Sur, Burgos, Salou, Cambrils i El Vendrell han presentat plans de quatre anys. Tanmateix, sovint aquests instruments han mostrat una duració temporal més gran, ja que era pràctica comú sol·licitar pròrrogues, màxim d'un any per anualitat, degut a les demores en el desenvolupament dels projectes.

En el plantejament i execució dels plans d'excel·lència turística han intervingut agents tant del sector públic com privat. El sector públic ha estat representat per l'administració estatal (Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme), l'administració autonòmica (Conselleries de Turisme de la Generalitat, Junta, Principat) i l'administració local (ajuntaments, mancomunitats, comarques, diputacions, cabildos o consells insulars). El sector privat ha estat conformat per diverses associacions empresarials turístiques (hotelers, restauració, apartaments turístics, etc.) i altres relacionades indirectament amb l'activitat (associacions de comerciants, cambres de comerç, federacions empresarials, etc.). Cadascun dels agents es comprometia a l'acompliment d'una sèrie de funcions amb la firma del conveni del pla (veure quadre 3.7).

**Quadre 3.7 Responsabilitats dels agents implicats en el desenvolupament d'un pla d'excel·lència**

Administració de l'Estat	Administració autonòmica	Administració local	Sector privat
1- Considerar prioritaris, dins els seus programes d'actuació i suport al sector, als projectes turístics del municipi que convergeixen amb els objectius del pla d'excel·lència	1- Considerar prioritaris dins els seus programes d'actuació i de suport al sector, els projectes turístics del municipi que sintonitzen amb els objectius del pla d'excel·lència	1- Procurar el coneixement i difusió de la filosofia, els objectius i les realitzacions del pla d'excel·lència turística entre la població i els agents turístics del municipi	1- Estimular entre els associats l'adopció d'iniciatives i projectes que atenen a la modernització i millora dels establiments, a l'elevació de la qualitat dels serveis, a l'ampliació de l'oferta complementària, i en general, a la millora de la competitivitat
2- Interessar a altres departaments de l'administració general de l'Estat, a través de la Comissió Interministerial de Turisme, en l'adopció d'iniciatives i solució de problemes de caràcter turístic		2- En l'exercici de les seves competències, vetllar pel desenvolupament i l'economia de l'activitat turística del municipi	2- Difondre la filosofia, els objectius i les realitzacions del pla d'excel·lència entre els seus associats
		3- Vetllar per la sostenibilitat econòmica, social i mediambiental del municipi, especialment per la qualitat del medi ambient urbà i natural i pels serveis públics	3- Participar activament en el diagnòstic i proposta d'actuacions per al compliment de les finalitats del conveni
		4- Evitar el creixement incontrolat dels nuclis turístics i de l'oferta d'allotjament	4- Promoure actuacions amb la finalitat de garantir la continuïtat dels impulsos generats pel pla
		5- Vetllar per l'estricta compliment de la normativa urbanística i de l'ordenació territorial	

**Font:** Elaboració pròpia a partir dels convenis dels plans d'excel·lència.

L'administració local ha estat l'agent amb major nombre de responsabilitats a l'hora d'implantar un pla d'excel·lència, fonamentalment per tres factors:

- Disposa de plenes competències en béns i serveis necessaris per a satisfer les necessitats del turista, però també de la població resident. El turisme esdevé un activitat transversal en les competències de les regidories de l'administració municipal (medi ambient, esport, festes, urbanisme, comerç, seguretat ciutadana, trànsit i transport, sanitat i salut pública).
- Té un important protagonisme en l'ordenació del seu territori (plans generals d'ordenació urbana) i en l'aplicació d'estratègies de desenvolupament sostenible (Agenda Local 21).
- Major proximitat al ciutadà, fet que permet dur a terme una tasca de sensibilització de tots els agents directa o indirectament relacionats amb l'activitat, essencial per donar continuïtat a les actuacions públiques i privades de renovació de la destinació.

La implicació del sector privat en els plans d'excel·lència ha estat bàsicament qualitativa, consistent en l'assistència a les reunions de les Comissions de Seguiment, on exposava la seva opinió, si bé en el cas de la Valle de Tena i de Benasque (Aragó) l'empresariat va anar més enllà contribuint en el seu finançament. El sector privat ha estat representat en els plans a través d'associacions empresarials turístiques de caràcter general (agrupen hotels, càmpings, restaurants, bars, cafeteries, discoteques, etc.) o bé les específiques d'un sector (hotelera i extrahotelera, turisme actiu, turisme rural); associacions vinculades a l'activitat turística (comerciants, promotors i constructors); associacions empresarials transversals (confederacions d'empresaris, cambres de comerç); i entitats públic-privades (estacions nàutiques, formades per patronats municipals de turisme conjuntament amb empreses d'activitats, allotjament i oferta complementària i per consorcis de turisme). En la majoria dels plans ha participat al menys un associació empresarial, tret de Málaga, Menorca, Gran Canaria Sur, Comillas, Laredo, Santoña i Santo Domingo de la Calzada, on la seva presència va ser nul·la.

El paper del sector privat es considerava essencial per al bon funcionament i optimització dels resultats d'un pla d'excel·lència, en primer lloc per ser el principal motor de les activitats turístiques (crea infraestructures i productes que els comercialitza, a més de generar una imatge de marca) i en segon, perquè coneix de primera mà les demandes i queixes del turista, informació de gran valor per poder identificar les àrees prioritàries d'actuació. No obstant això, han existit alguns problemes que han dificultat la seva participació tant en la gestió com en el finançament dels plans:

- Dèbil teixit associatiu en la destinació, que reflecteix el tradicional individualisme de l'empresariat espanyol i la resistència a l'associacionisme.
- L'actitud d'autocomplaença davant de bons resultats econòmics, han afavorit una conducta poc reinversora.
- Mancances en quant a la sensibilització de formar part d'un mateix projecte, tendint a accentuar-se més les rivalitats que reunir esforços per aconseguir objectius comuns.
- Excessiva confiança en el sector públic, com a encarregat de solucionar tots els problemes.
- Desavinences entre l'administració pública i el sector privat.

Paral·lelament, en el desenvolupament dels plans d'excel·lència han intervingut altres tipus d'agents, com entitats eclesiàstiques (Cabildo Metropolitano de la Catedral de Burgos) i associacions ecologistes (Unió per a la Conservació de Costa Teguise).

## **2. ELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA COM A OBJECTE D'ESTUDI**

En un context de reorientació del model turístic des de la dècada dels noranta, els plans d'excel·lència turística han constituït una de les iniciatives destacades dins la política turística espanyola, ja que han plantejat diverses actuacions encaminades a millorar la qualitat de les destinacions turístiques consolidades, principalment de sol i platja.

L'interès per conèixer l'operativitat d'aquesta iniciativa, el grau de compliment dels objectius proposats i els resultats obtinguts, ha portat a desenvolupar diferents metodologies d'avaluació tant des de l'administració (encarregades a consultors especialitzats) com del món acadèmic. Paral·lelament, existeixen també diversos referents empírics que intenten realitzar balanç d'alguns dels plans aprovats.

### **2.1 Aportacions metodològiques**

Entre les principals aportacions metodològiques per a l'avaluació dels plans d'excel·lència i dinamització turística se'n destaquen dues. La primera iniciativa parteix de la Secretaria General de Turisme, impulsora dels plans, que va encarregar a Consultur (empresa consultora experta en turisme) el disseny i execució d'un mètode per avaluar els plans d'excel·lència i dinamització desenvolupats durant el període 1993-2001. Mentre que els investigadors Martín Latorre, San Pedro, Marsella, Rasines i Sainz de la Maza, del Departament de Geografia, Urbanisme i Ordenació del Territori de la Universitat de Cantàbria, van plantejar l'any 2002 una metodologia per avaluar l'impacte de les actuacions dels plans, que encara no s'ha posat en pràctica.

En els treballs dirigits per Consultur, existeix una primera fase d'avaluació individual dels plans de Torremolinos (1993), Valle de la Orotava (1993), Peñíscola (1994), Benalmádena (1994), Llanes (1995), Málaga (1995), La Manga del Mar Menor (1995), Sant Antoni de Portmany (1995), Gandía (1996), Estación Náutica del Mar Menor (1996), Roquetas (1996), Valle de Tena (1996), Alcúdia (1997), Almuñecar (1997), Baiona (1997), Calvià (1997), Conil de la Frontera (1997), Fuengirola (1997), Laredo (1997), Ribadesella (1997), Tarifa (1997), Trives (1997), Vall de Boí (1997), Valle de Trubia (1997), Zafra (1997) i Gran Canaria Sur (1998). La metodologia utilitzada, fonamentalment de caràcter qualitatiu, inclou una sèrie d'entrevistes en profunditat amb preguntes semiestructurades a informants qualificats (administració pública, empresaris, periodistes, etc.), enquestes telefòniques a residents, observació directa de les actuacions realitzades, l'anàlisi de les dades socioeconòmiques bàsiques del

municipi i de la documentació relacionada amb el pla (conveni de col·laboració, actes de comissions de seguiment, tríptics, articles de premsa, pàgina web). La informació obtinguda tenia com a finalitat (Consultur, 1997):

- Classificar els plans en funció de les principals tipologies d'actuacions, model de gestió, tipologia de producte en la que es basa la destinació, la seva situació geogràfica i el pressupost del pla.
- Valorar l'eficàcia i l'eficiència de les actuacions realitzades respecte als objectius previstos. En base a la valoració de les actuacions, determinació de les actuacions amb major impacte, mesura del grau de record que tenen els residents de les diferents actuacions i anàlisi de la generació de noves inversions.
- Valorar els resultats intangibles obtinguts respecte als objectius previstos a partir de l'observació de processos de planificació estratègica, grau d'implicació del sector privat, la coordinació entre administracions i amb el sector privat, el lideratge, la comunicació, la diferenciació i diversificació de l'oferta, l'efecte demostració i prestigi i el grau de sostenibilitat de les actuacions.
- Valorar l'eficàcia i eficiència de l'oficina de gestió del pla. Es tractava d'avaluar globalment l'impacte del pla, el grau de compliment dels objectius, recollir l'opinió dels informants sobre el model de gestió, el compliment dels calendaris, anàlisi del pressupost i el grau de compliment dels compromisos financers.
- Enumerar les recomanacions suggerides per les persones entrevistades.
- Oferir recomanacions en funció dels resultats obtinguts de l'avaluació realitzada.

En una segona fase, la Secretaria General de Turisme va encomanar a Consultur la realització d'un informe amb el nom d': "Avaluació i Elaboració d'un Sistema de Seguiment dels Plans d'Excel·lència i Dinamització Turística" (2001), que havia d'avaluar de forma conjunta els plans amb l'objectiu de millorar-ne l'eficiència, eficàcia i el seguiment. Aquesta anàlisi incorpora com a casos



d'estudi vint-i-vuit plans d'excel·lència i dinamització turística presentats en el context del Pla Futures I i II (1992-1999), veure quadre 3.2. Des del punt de vista metodològic, l'anàlisi s'estructura a partir d'una classificació tipològica dels plans i la creació d'una sèrie d'indicadors de seguiment i avaluació. Per classificar els plans s'utilitza com a procediment d'anàlisi la tècnica estadística multivariant de clusterització, que permet delimitar grups relativament homogenis, segons les característiques bàsiques d'aquesta iniciativa: tipus de turisme, l'acció, l'aprofitament, l'àrea de millora, l'efecte i l'eix del pla (veure quadre 3.8).

**Quadre 3.8 Grups tipològics de plans d'excel·lència i dinamització turística**

Grup	Tipus turisme	Acció	Aprofitament	Àrea de millora	Efecte	Eix del pla
1	Visita tradicional	Atraure	Patrimoni	Crear producte	Reactivar	Patrimoni
2	Vacacional	Mantenir i atraure	Naturalesa	Crear producte	Millorar i ampliar oferta	Llocs turístics. Posada en valor
3	Sol i platja	Mantenir i atraure	Infraestructures	Platges	Millorar oferta	Urbanisme
4	Sol i platja. Vacacional	Mantenir	Infraestructures	Urbanisme	Millorar oferta	Urbanisme
5	Esquí i Muntanya	Atraure	Naturalesa	Crear producte	Nova temporada i desestacionalització	Senders

**Font: Consultur (2000).**

Cinc són les agrupacions de plans d'excel·lència i dinamització resultants de l'anàlisi, a partir dels quals es classifiquen tots els plans concedits fins al 1999 (a excepció de Menorca i Lloret de Mar). Cal destacar que es distribueixen de forma desigual, bona part d'ells es concentren en el quart tipus (veure quadre 3.9), que correspon a les destinacions classificades de sol i platja amb important presència de turisme vacacional, aquestes es recolzen en les infraestructures disponibles i incideixen en accions urbanístiques per a millorar la seva oferta, sent l'actuació prioritària mantenir el seu públic.

**Quadre 3.9 Plans d'excel·lència i dinamització turística (1992-1999), segons els grups tipològics establerts al quadre 3.8**

	1	2	3	4	5
A	Málaga	Llanes	Calvià	La Manga	Benasque
	Cuellar	Estación Náutica	Valle de la Orotava	Gran Canaria Sur	Valle de Tena
	Zafra	Ribadesella	Peñíscola	Torremolinos	Vall de Boí
	Valle de Trubia	Tarifa	Rotqueta de Mar	Sant Antoni de Portmany	Trives
		Conil	Almuñecar	Baiona	
			Fuengirola	Laredo	
				Alcudia	
				Gandía	
				Benalmádena	
B	Cuenca	Águilas	Las Palmas	Calella	Sierra de Gúdar
	Aranjuez	Mazarrón	Salou	Axarquía	Valle de Cidacos
	Cartagena	San Vicente de la Barquera		Cambrils	
	Peñaflor	Sanlúcar		Oropesa de Mar	
	Trujillo	Baix Empordà		Salou	
	Ávila				
	Segovia				

\* Els 28 municipis del grup A són els que han servit per definir les tipologies.

Font: Consultur (2000).

Pel que fa als indicadors de seguiment i avaluació, aquests permeten mesurar el grau de compliment dels objectius previstos a partir de la informació facilitada per les enquestes realitzades a gerents, empresaris, residents, turistes, etc. Els àmbits entorn els quals s'han plantejat els indicadors són sis:

#### A) Impacte

- % informants que consideren que el pla ha contribuït a la generació de noves inversions.
- % informants que consideren que el pla ha determinat la posada en marxa de noves iniciatives i projectes de millora en els establiments del sector privat.
- % informants que consideren que el pla ha contribuït a la creació de nous productes.

- % utilització de nous productes/serveis creats pel pla.
- % de satisfacció amb els nous productes/serveis creats pel pla.
- % de població resident que té una opinió positiva o molt positiva del pla.
- % de població resident que té una opinió positiva o molt positiva de les actuacions.
- % informants que creuen que el pla ha millorat la projecció exterior de la localitat.
- % informants que consideren que ha augmentat la qualitat del turisme.
- % informants que consideren que ha incrementat el número de turistes.
- % informants que consideren que ha incrementant els llocs de treball.
- % informants que consideren que han millorat els ingressos dels operadors turístics.
- % informants que consideren que el pla ha fomentat una major col·laboració entre els sector públic i privat.

#### B) Planificació estratègica

- Existència d'un pla estratègic previ a la implantació del pla.

#### C) Participació, coordinació i concertació

- % informants que valoren la participació del sector privat en els plans com activa o molt activa.
- % informants que consideren que ha millorat la coordinació sector públic-privat.
- % informants que consideren que ha millorat la coordinació entre administracions.

- Núm. d'empreses mixtes de turisme, patronats, etc. que han estat creats.
- % informants que consideren que el pla ha incrementat el nombre d'afiliacions a associacions turístiques existents.

#### D) Comunicació

- Existència d'un logo del pla.
- % informants que tenen una opinió positiva o molt positiva del logo.
- % població resident que coneix el pla.
- % turistes que coneixen el pla.
- % de plans que han confeccionat informes de premsa de les actuacions dels plans.
- % de plans que disposen de cartells de comunicació dels plans.
- % d'informants que consideren que el pla ha tingut un efecte demostració.
- % d'informants que consideren que el pla ha permès millorar la comercialització de la destinació.

#### E) Sostenibilitat

- % d'informants que consideren que les actuacions dels plans poden ser autofinançades.

#### F) Gestió

- Núm. d'actuacions per exercici.
- % d'actuacions previstes sobre el total de realitzades per exercici.
- Núm. d'actuacions no previstes per exercici.
- % actuacions no previstes sobre el total d'actuacions realitzades per exercici.

- % de actuacions executades per exercici (núm. d'actuacions realitzades entre el núm. total de previstes i no previstes).
- Núm. de pròrrogues sol·licitades per exercici.
- % compliment del pressupost per exercici.
- % d'informants que consideren que el plans han complert o superat els objectius previstos.

L'altra referència metodològica rellevant en l'àmbit de l'avaluació de plans d'excel·lència i dinamització turística és la "Proposta Metodològica per a l'Avaluació de l'Impacte de les Actuacions dels Plans d'Excel·lència i Dinamització Turística", formulada per Martín Latorre et al. (2002). Aquesta proposta, a diferència del treball realitzat per Consultur (2000), té un enfocament més específic, perquè avalua els impactes físics i socioeconòmics de les actuacions desenvolupades, més que l'impacte global del pla. El primer pas d'aquest procediment consisteix en agrupar les actuacions per grans àrees temàtiques o grups primaris i subàrees o grups secundaris en funció dels seus objectius (veure quadre 3.10).

**Quadre 3.10 Divisió de les actuacions entre grups primaris i secundaris**

Grups primaris	Grups secundaris
Millora de la infraestructura i equipaments per a ús turístic	1- Recuperació urbanística i del patrimoni
	2- Condicionament i equipament de platges
	3- Dotació d'equipaments
	4- Millora accessos
	5- Senyalització
	6- Enjardinament i embelliment
Adequació de l'espai natural	1- Rutes i senders
	2- Millora del medi natural
	3- Infraestructures en el medi natural
	4- Equipaments del medi natural
Ampliació de l'oferta turística	1- Creació de centres d'interpretació, museus i centres culturals
	2- Creació de noves infraestructures
	3- Iniciatives d'animació entorn els monuments
Instruments de gestió i promoció	1- Gestió, dinamització empresarial, millora de la qualitat dels establiments
	2- Estudi de la viabilitat de les destinacions
	3- Gestió i promoció
	4- Foment i suport a esdeveniments esportius

Font: Martín Latorre, et al. (2002).

Aquesta classificació s'utilitzarà com a guia per aplicar els mètodes d'avaluació més adients per cadascuna de les actuacions. Els mètodes proposats són els següents:

- Fitxa general, que serà comuna a tota les actuacions i servirà de primera aproximació. Aquesta fitxa contindrà característiques bàsiques com ara la descripció de l'obra, l'ús, l'empresa executant, etc.
- Entrevistes al gerent, a representants de l'administració local, al responsable de l'obra i als empresaris, amb la finalitat de conèixer diferents aspectes com els objectius de les actuacions, els usuaris beneficiats, els impactes socioeconòmics i els agents responsables.
- Enquestes a residents i turistes, a través de les quals es pretén valorar el nivell de satisfacció general i individualitzat d'algunes de les actuacions (senyalització, informació, seguretat, neteja, mobiliari urbà, serveis públics, valors paisatgístics, etc.)
- Comptejos, aquest mètode servirà per valorar l'ús o la participació activa de la població en determinades actuacions.
- Cartografia temàtico-descriptiva, que permetrà identificar i analitzar l'òptima distribució de les actuacions.
- Estudi mediambiental, mitjançant el qual es comprovarà l'impacte ambiental i els possibles riscos derivats. Per aquest estudi s'emprarà una variant de la matriu d'impacte de Lepold, que té en compte aquells elements del medi susceptibles d'alterar-se com les condicions biològiques i els factors culturals.
- Mitjans audiovisuals, ajuden a quantificar el valor i percepció d'una actuació en diferents moments.

Una vegada recollida la informació, la fase següent és la d'anàlisi i valoració dels següents ítems:

- Coneixement de l'existència del pla.

- Coneixement i satisfacció de les actuacions del pla per part de la població.
- Nivell d'utilització de les actuacions.
- Impactes socioeconòmics i territorials del pla.
- Opcions d'entreteniment.
- Màrqueting i publicitat.

L'elaboració d'una sèrie d'indicadors, extrets de la informació obtinguda, acaben de completar l'anàlisi. L'objectiu d'aquests indicadors és obtenir valors d'eficiència, eficàcia i repercussió de les actuacions. L'eficiència es valorarà a partir d'indicadors de procés, que estableixen la relació entre els resultats obtinguts i els mitjans requerits; l'eficàcia serà tractada mitjançant indicadors de producte, els quals avaluen la relació entre els programes necessaris i els programes reals desenvolupats; i finalment, la repercussió de les actuacions serà avaluada a partir d'indicadors d'impacte, que mesuraran la vinculació entre els objectius pretesos i els resultats obtinguts.

## **2.2 Aportacions analítiques**

A principis del noranta el govern central, en un context de recessió i amb un dèficit de planificació turística existent a escala regional i local arrossegat des de la de la dècada dels seixanta, va dissenyar els plans d'excel·lència i dinamització turística. Aquests instruments van néixer amb la finalitat d'impulsar un nou model de desenvolupament turístic basat en la corresponsabilitat entre els agents públics i privats, el lideratge de l'administració local i la sostenibilitat (entès com a desenvolupament equilibrat de l'activitat), principis bàsics de la política turística actual.

En aquest sentit, si bé s'ha de reconèixer que aquesta iniciativa i les seves actuacions han estat poc identificades per la població resident i el propi turista, els plans d'excel·lència i dinamització han despertat cert interès entre els representats de l'administració i en els investigadors del turisme, sobretot per part d'aquells preocupats en la planificació i gestió turística de les destinacions. Diversa és la bibliografia generada entorn el nivell d'implantació, distribució,

inversió, tipologia d'actuacions dels plans, el grau de compliment dels objectius, impactes socioeconòmics, implicació dels agents participants, etc. (veure quadre 3.11).

De les aportacions analítiques recollides es poden deduir tot un seguit de resultats positius de la implantació d'un pla d'excel·lència:

- Van impulsar l'ordenació i gestió estratègica a escala local.
- Van aportar un coneixement exhaustiu de les destinacions.
- Contribuïren a la coordinació entre administracions públiques a diversos nivells.
- Incentivaren la participació del sector privat en projectes plantejats pel sector públic en matèria de turisme.
- Introduïren la cultura de l'excel·lència i la qualitat.
- Renovaren les destinacions i van millorar la seva imatge.

Pel que fa als aspectes negatius extrets dels documents d'anàlisi dels plans, destaquen:

- Baix nivell d'implicació del sector privat i de la societat en general en el desenvolupament del pla.
- Una part important de les actuacions es dirigiren a la millora urbana de les destinacions.
- Finançament modest.
- Escassa planificació estratègica.
- Manca de mecanismes de seguiment i avaluació dels plans.
- Dificultats per donar continuïtat a les actuacions.



**Quadre 3.11 Aportacions analítiques sobre els plans d'excel·lència i dinamització turística desenvolupats a Espanya**

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
Vera, et al. (1995)	Calvià	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensa la col·laboració entre administracions i empresaris.</li> <li>- Ha contemplat actuacions de millora integral.</li> </ul>	
Obiol (1998)	Comunitat Valenciana (Plans d'Excel·lència de Gandia i Peñíscola)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Pla Excel·lència Turística de Gandia va donar suport a la construcció de la Universitat, programes de formació professional i d'informació, embelliment i millora d'alguns entorns, i el Pla de Reforma Interior de la Platja.</li> <li>- El Pla Excel·lència Turística Peñíscola va dissenyar actuacions senzilles i realistes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduïda participació del sector empresarial turístic en el desenvolupament del Pla Excel·lència Turística de Gandia.</li> <li>- El Pla Excel·lència Turística de Peñíscola va mostrar descoordinació entre les administracions implicades, poques actuacions de cara a la professionalització i formació del sector, i va afavorir poc la 'interrelació entre el sector i la societat.</li> </ul>
Vera, et al. (1999)	Gandia i Roquetas de Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Pla d'Excel·lència Turística de Gandia va suposar un impuls a la renovació i canvi d'imatge turística de la destinació.</li> <li>- El Pla d'Excel·lència Turística de Roquetas de Mar va realitzar una important tasca en la sensibilització de l'empresariat i població en la millora de la destinació (serveis, oferta complementària, qualitat de l'entorn).</li> </ul>	

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
Gómez (2000)	Calella	- La voluntat de reactivació de la destinació amb actuacions pròpies del pla i d'altres complementàries com la creació de "Calella Activa 2000", o bé la intenció de redactar un nou pla general d'ordenació urbana (finalment no es va revisar fins el 2005).	
Donaire i Mundet (2001)	Litoral català ( Plans Excel·lència de Roses, Lloret de Mar, Calella de Mar, Salou i Cambrils )	- Els plans d'excel·lència turística no han pretès substituir el model turístic tradicional, sinó corregir les seves debilitats per no perdre competitivitat.	- Uniformitat de les actuacions amb independència de la destinació.  - La major part de les actuacions s'han centrat en la millora de la qualitat de l'espai urbà: condicionament dels passejos marítics, millora en serveis públics a les platges i espais portuaris, vianalització de zones urbanes, esponjament i homogeneïtzació i modernització del mobiliari urbà.
Larrubia i Luque (2001)	Província de Málaga (Plans Excel·lència de Torremolinos, Benalmádena, Málaga, Fuengirola i Costa del Sol-Axarquía)	- Els plans han estat considerats un bon instrument de gestió i ordenació de les destinacions per dos motius principals: diagnosi exhaustiva de la destinació prèvia a la seva implantació i pel desenvolupament d'accions de detall amb un elevat component qualitatiu.  - El paper dels plans a l'hora de crear un ambient favorable per a la coordinació dels diferents agents implicats, tant administració com sector privat.	- Baix nivell d'implicació dels sector privat, el qual ha estat bàsicament de tipus consultiu.  - Baix nivell de credibilitat dels plans per part de la població local.

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
Larrubia i Luque (2001)	Província de Málaga (Plans Excel·lència de Torremolinos, Benalmádena, Málaga, Fuengirola i Costa del Sol- Axarquía)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las actuaciones proposades a un curt termini han estat implantades en la seva pràctica totalitat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les actuacions de mig i llarg termini han presentat importants dificultats per ser implantades.</li> <li>- L'impacte sobre la satisfacció/fidelització del client ha estat escàs.</li> <li>- El sector privat ha opinat que no s'ha aprofitat suficientment l'oportunitat que oferia el pla.</li> <li>- La gestió ha estat fonamentalment en mans dels ajuntaments.</li> <li>- Manca de mecanismes de control que assegurassin un model de desenvolupament sostenible de l'activitat.</li> </ul>
Consultur (2000)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ha millorat la coordinació entre administracions públiques implicades.</li> <li>- Ha facilitat la participació i implicació del sector privat.</li> <li>- Ha implicat diferents departaments no exclusivament turístics en la planificació d'actuacions.</li> <li>- Ha difós una cultura de la planificació estratègica del territori.</li> <li>- Ha introduït la cultura de l'excel·lència i la qualitat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manca de reflexió estratègica provocada per l'excessiu nombre d'objectius a aconseguir.</li> <li>- Falta d'estudis previs de costos i viabilitat de les actuacions.</li> <li>- No utilització d'indicadors de seguiment i avaluació per mesurar els impactes dels plans.</li> <li>- Excessiva dedicació pressupostària a la millora del medi urbà i a actuacions no directament relacionades amb el sector turístic.</li> <li>- Dificultats en la participació més activa del sector privat i de la societat en general.</li> </ul>

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
Consultur (2000)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ha enfortit l'entramat associatiu.</li> <li>- Ha mobilitzat recursos endògens.</li> <li>- Ha millorat els productes turístics (plans d'excel·lència) i n'ha creat de nous (plans de dinamització).</li> <li>- Han servit d'exemple pel disseny de nous projectes turístics impulsats des de l'administració pública o bé pel mateix sector privat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistència de programes que hagin donat continuïtat a les actuacions realitzades.</li> </ul>
Ivars (2002)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ha impulsat el principi de la corresponsabilitat entre els diferents agents implicats.</li> <li>- Els plans han fomentat l'aplicació d'instruments de planificació, en alguns casos de caràcter estratègic, per desenvolupar processos de renovació de les destinacions.</li> <li>- Els plans han aportat un major coneixement de la destinació.</li> <li>- Reconeixement de la gestió a escala local i l'aparició de noves fórmules organitzatives.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incoherències d'algunes actuacions entorn el principi de la sostenibilitat ambiental.</li> <li>- Limitada dedicació pressupostària.</li> <li>- A nivell general no s'han aprofitat suficientment les sinèrgies creades pels plans.</li> <li>- Acusada concentració litoral dels plans d'excel·lència.</li> </ul>
Martín Latorre, et al. (2002)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- S'han creat alguns organismes de gestió públicoprivats (patronats, consorcis, fundacions, etc.) com a mecanismes de continuïtat dels plans.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manca de planificació estratègica, consensuada i sostenible a llarg termini.</li> </ul>

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
González Serrano (2002)	Espanya		Problemes que han dificultat la participació del sector privat en els plans:  - Escàs teixit empresarial.  - Problemes de representativitat i de comunicació.  - Desconfianza de l'administració.  - Manca d'iniciativa empresarial.
Anton (2004)	Litoral espanyol	- Els plans d'excel·lència turística han format part d'una de les estratègies de reestructuració de les destinacions, la de renovació.	- La major part de la inversió s'ha dedicat a l'adequació de l'entorn urbà.
Brunet Estarellas et al. (2005)	Espanya	- Els plans d'excel·lència i dinamització turística han presentat un nou model de planificació i gestió turística fonamentat en el paper de lideratge de l'administració local, la cooperació entre administracions, agents social i econòmics, i el compromís per a un desenvolupament sostenible de l'activitat.	

Autors	Àmbit d'estudi	Resultats	
		Positius	Negatius
Canalis (2005)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una font d'ingressos que ha permès realitzar obres de millora de les destinacions durant tres o quatre anys.</li> <li>- Els plans han definit objectius i iniciatives a curt i mitjà termini.</li> <li>- Han impulsat la cooperació entre sector públic i privat.</li> <li>- Han creat productes per diversificar i desestacionalitzar l'oferta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manca de mecanismes que assegurassin la continuïtat de les actuacions un cop finalitzat el pla.</li> <li>- Escassa planificació estratègica i descoordinació amb altres planificacions com la urbanística.</li> <li>- Reduïda implicació de les empreses turístiques locals.</li> <li>- Falta de promoció i comercialització conjunta de la destinació.</li> </ul>
Nel·lo i Beas (2006)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Els plans han permès articular el paper de l'administració local en el procés de reestructuració dels espais turístics.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'àmbit on s'ha dedicat una major inversió és en l'adequació del medi urbà.</li> </ul>

Font: Elaboració pròpia a partir de Vera, et al. (1995); Obiol (1998); Vera, et.al (1999); Gómez (2000); Donaire i Mundet (2001); Larrubia i Luque (2001); Consultur (2000); Ivars (2002); Martín Latorre, et al. (2002); González Serrano (2002); Anton (2004); Brunet Estarellas (2005); Canalis (2005); Nel-lo i Beas (2006).

## **PART II**

# **LA DINÀMICA TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ**

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



## **CAPÍTOL 4. LES FORMES D'IMPLANTACIÓ TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ**

El litoral català és un territori format per setanta municipis amb una superfície de 215.155 ha, dels quals aproximadament el 25% està urbanitzat i un 22,5% es considera espai PEIN (PDUSC, 2004). En una zona que representa només el 6,75% del total de Catalunya, s'aglutina el 44,04% de la població i el 46,47% dels llocs de treball localitzats (Cens de Població i Habitatges 2001, Idescat). Entre les diferents activitats destaca la turística, no només per ella mateixa, sinó per totes les altres branques que hi estan relacionades, com la construcció, els transports, el comerç, etc.

La potència turística de la costa catalana es demostra amb el fet que reuneix el 64,43% de les places hoteleres, el 78,44% de càmping i el 52,70% de segones residències, mentre que si es té en compte Barcelona, els percentatges s'incrementen fins a un 80% de les places hoteleres i un 63,91% les segones residències, però es manté la proporció en els càmpings (Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis, 2004). En resum, es pot dir que aquesta franja de territori destaca per la seva concentració espacial i funcional d'activitats, béns, infraestructures i persones, però que presenta diferents característiques i matisos depenent de l'àmbit territorial:

- Costa Brava: De Portbou a Blanes, en un recorregut de vint-i-dos municipis, es troba la major proporció de superfícies protegides (PEIN) del litoral català (43,56%), entre les que destaquen els parcs naturals del Cap de Creus, els Aiguamolls de l'Empordà i el de les Illes Medes. La quantitat d'espais naturals, sumat a la poca població permanent, possibiliten que es registri una de les menors taxes de superfície urbanitzada (17,96%). No obstant i producte d'esdevenir una franja costanera molt àmplia, també es registra el major percentatge d'hotels, càmpings i de segones residències (en aquest darrer aspecte amb percentatges similars als de la Costa Daurada) de tot el litoral. Per tant, no és d'estranyar que es localitzin alguns dels nuclis turístics més importants de Catalunya, com Roses, l'Escala, Castell Platja d'Aro, Lloret de Mar o Blanes.

- Maresme: De Malgrat a Montgat es reparteixen els setze municipis d'un àmbit que ja es torna més metropolitana conforme s'apropa a Barcelona, com es denota amb un important percentatge de superfície urbanitzada (39,92%) i una quota mínima d'espai PEIN (2,18%). Tot i que la bipolarització és evident, el nord manté el caràcter turístic en municipis com Malgrat de Mar, Santa Susanna, Pineda de Mar o Calella de Mar, mentre que al sud els habitatges principals, l'agricultura intensiva i els polígons industrials prenen el protagonisme a hotels, càmpings i segones residències.
- Àrea de Barcelona: en només set municipis, de Badalona a Castelldefels, es concentren quasi dos terços de la població del litoral, amb una superfície urbanitzada del 63,87% i un no gens menyspreable 16,67% d'espais destinats a PEIN, concretament el de la Serra de Collserola, el Parc Natural del Delta del Llobregat i una petita part del Massís del Garraf. En un territori de forta presència d'activitats industrials i terciàries, l'impacte turístic es manifesta fonamentalment a la ciutat de Barcelona, que reuneix més places hoteleres que qualsevol altra localitat.
- Garraf: els quatre municipis (Sitges, Sant Pere de Ribes, Vilanova i la Geltrú i Cubelles) que integren el litoral d'aquesta comarca tenen una quantitat de superfície urbanitzada relativament alta (24,83%), però que es compensa en certa mesura per una bona proporció de superfície protegida (23,89%), que correspon exclusivament al Massís del Garraf. Aquest àmbit té una clar comportament metropolitana, ja que els seus municipis mantenen una estreta relació laboral i turística amb Barcelona. En el sector turístic, Sitges és l'únic nucli que genera una certa atracció més enllà de la que ocasiona la ciutat comtal, disposant de la infraestructura turística més potent d'aquesta zona.
- Costa Daurada: de Cunit a L'Hospitalet de l'Infant es distribueixen tretze municipis amb una superfície urbanitzada del 30%, percentatge bastant important, més quan l'espai protegit es limita a un 7,99% del territori i es concentra pràcticament tot al municipi de Vandellós i l'Hospitalet (Serres de Tivissa-Vandellós i Rojala-Platja del Torn). En aquest sentit, els

sectors oriental i central d'aquesta costa són els que presenten l'estructura urbana i turística més desenvolupada, localitzant-se un dels equipaments d'oci amb major significació d'Espanya, el parc temàtic Port Aventura. Tanmateix, s'ha de destacar com a particularitat, la convivència amb èxit de les activitats industrials i turístiques en el tram central d'aquest litoral.

- Terres de L'Ebre: els vuit municipis (l'Ametlla de Mar, El Perelló, L'Ampolla, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Amposta, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar) que conformen aquest territori presenten el menor percentatge de superfície urbanitzada (7,61%), de població i d'infraestructura turística de tot el litoral, que sumat a la segona posició pel que fa a la protecció PEIN (24,04%, repartits sobretot entre el Parc Natural del Delta de l'Ebre i la Serra del Montsià), denoten una inferior transformació urbana, un pes específic de les estructures naturals i el predomini de la indústria agroalimentària i pesquera.

En conseqüència, el litoral català és un territori realment complex a nivell físic i antròpic, que ha experimentat profundes transformacions territorials des de mitjans del segle XX, convertint-se en un centre d'atracció demogràfic, econòmic i turístic. De fet, són diversos els factors que han intervingut decisivament en la construcció d'aquest espai tal i com és actualment:

1. Clima i paisatge: el medi natural representa un dels majors atractius de la costa catalana, perquè a la bondat del clima mediterrani (les temperatures no baixen de 10 °C de mitjana), se li ha de sumar una gran varietat morfològica, amb deltes, maresmes, penya-segats, platges d'arena fina i petites cales, que conformen i donen cos a una extensió de gairebé 700 km. Combinat amb la proximitat als principals països emissors, bones infraestructures, o un menor valor de la moneda en l'època d'explosió de l'activitat, el clima i el paisatge han facilitat situar el litoral català com una de les zones europees de més forta implantació turística.

2. El desenvolupament econòmic i industrial: la regió metropolitana de Barcelona, de llarga tradició industrial des de finals del segle XIX, intensifica l'activitat productiva de forma molt important a partir dels anys seixanta, període en el que també apareixen d'altres pols secundaris com el Camp de Tarragona. Aquest fet permet que el litoral català hagi acabat esdevenint una de les àrees de l'Estat més dinàmiques a nivell industrial. Tot i això, com la majoria de regions desenvolupades, en l'actualitat existeix una clara tendència a la terciarització.
3. Creixement demogràfic: les oportunitats laborals que ha ofert el desenvolupament industrial i turístic de la costa catalana des de la dècada dels seixanta, provocaren en un primera etapa una important concentració poblacional procedent d'altres regions de l'Estat o de l'interior de Catalunya i més recentment de l'estranger, conformant-se una de les regions urbanes més importants a escala europea. Així només l'Àmbit Metropolità de Barcelona compta amb més de 4,5 milions d'habitants.
4. Infraestructures de transport: alguns dels principals eixos de transport de l'Estat estan situats al litoral català. Entre les carreteres més importants es troben les autopistes AP-7 i C-32 i les nacionals N-II, N-340 i N-260 (que a trams es converteixen en autovies), sense oblidar l'autopista AP-2, que permet connectar el litoral amb l'eix de l'Ebre i Madrid. En quant al tren, la via convencional cobreix tot el litoral fins Blanes, on es desvia a l'interior en direcció a Girona i França. En procés de construcció es troba el tren d'alta velocitat que unirà València i Castelló amb Tarragona i Barcelona. Tanmateix, ja es disposa de la connexió en alta velocitat de Tarragona i Barcelona amb Lleida. Saragossa i Madrid. Pel que fa als aeroports, el Prat és un dels més destacats a nivell europeu, sense menysvalorar el servei que proporcionen en línies de baix cost els de Reus i Girona. D'altra banda, el Port de Barcelona també és un important centre de creuers del Mediterrani.

## **1. L'ANÀLISI DE VARIABLES SOCIOECONÒMIQUES I TURÍSTIQUES**

En aquest apartat s'elabora una classificació tipològica dels municipis litorals catalans en base a variables demogràfiques, econòmiques i turístiques (presentades en l'apartat metodològic), amb l'objectiu de reconèixer si les destinacions que han desenvolupat un pla d'excel·lència presenten trets diferenciats.

Per identificar els factors que defineixen les característiques generals de les tipologies obtingudes, s'ha utilitzat l'anàlisi factorial de components principals. Aquesta tècnica estadística multivariant permet convertir un conjunt de variables originals en un nombre menor de factors intercorrelacionats sense perdre informació. Els factors resultants s'integren en tres tipus bàsics: turisme residencial, turisme hotelier i dinamisme econòmic. Les diverses combinacions que es poden dur a terme amb els valors (alt, mitjà i baix) d'aquests factors, determinen i organitzen els municipis litorals catalans en una sèrie de grups diferenciats.

En l'aplicació de la tècnica d'anàlisi factorial de components principals d'aquesta investigació, s'han tingut present les següents condicions:

- Dimensió de la mostra: com a regla general, el mínim és tenir al menys un nombre d'observacions cinc vegades major que el nombre de variables a ser analitzades (Hair et al. 1999). En l'estudi, el nombre d'observacions (municipis litorals catalans) són setanta i les variables són deu, per tant, si com a resultat de multiplicar les deu variables per cinc dona cinquanta, no s'ha superat el valor setanta, ja es compleix el requisit necessari.
- El grau de correlació entre les variables: serà adequat utilitzar l'anàlisi factorial quan existeixin elevades correlacions entre variables. El nivell de correlació s'ha comprovat amb el test d'esfericitat de Bartlett, que permet corroborar la probabilitat estadística que la matriu de correlació de les variables sigui una matriu identitat (es busquen valors elevats del test amb significació inferior a 0,05), i el test de Kaiser-Meyer-Olkin, que compara els coeficients de correlació simple amb els coeficients de

correlació parcials (a partir de 0,6 es considera apropiat). Com es pot observar en el quadre 4.1, es posa de manifest la idoneïtat de l'aplicació de l'anàlisi factorial, ja que tant la mesura de Kaiser-Meyer-Olkin (0,78), com el test d'esfericitat de Bartlett (significatiu al 0,000%), presenten valors que confirmen la conveniència de l'anàlisi factorial.

**Quadre 4.1 Test de Kaiser-Meyer-Olkin i de Bartlett**

<b>Mesura d'adequació mostral de Kaiser-Meyer-Olkin</b>		0,787
Prova d'esfericitat de Bartlett	Chi-quadrat aproximat	357,955
	Df.	36
	Sig.	0,000

**Font: Elaboració pròpia.**

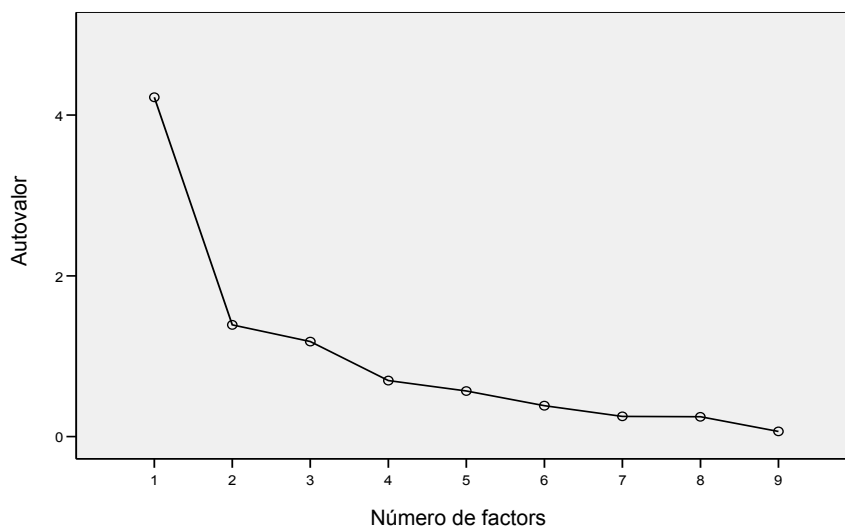
El primer pas pròpiament de l'anàlisi consisteix en seleccionar el nombre de components o factors que es mantindran posteriorment (el quadre 4.2 conté la informació relativa als nou possibles factors i al seu poder explicatiu relatiu). En ciències socials es considera com a satisfactòria una solució del 60% de la variància total (Hair, et al. 1999), per tant, s'han escollit els tres primeres components principals, que expliquen de forma acumulada el 75,48% de la variància total (el primer component un 38,80%; el segon component: un 20,78% i el tercer component un 15,90%).

**Quadre 4.2 Variància total explicada**

Factors	Autovalors Inicials			Suma de les saturacions al quadrat de la rotació		
	Total	% de la Variància	% Acumulat	Total	% de Variància	% Acumulat
1	4,222	46,913	46,913	3,492	38,800	38,800
2	1,389	15,436	62,349	1,870	20,781	59,581
3	1,181	13,127	75,476	1,431	15,895	75,476
4	0,697	7,743	83,219			
5	0,567	6,297	89,516			
6	0,384	4,264	93,779			
7	0,251	2,790	96,569			
8	0,245	2,723	99,292			
9	0,064	0,708	100,000			

**Font: Elaboració pròpia.**

**Figura 4.1 Gràfic de sedimentació**



**Font: Elaboració pròpia.**

Una altra forma per a conèixer el nombre de components a retenir és a partir del gràfic de sedimentació (veure figura 4.1). Segons aquest criteri, es retenen tots els components que estan prèviament situats a la zona de sedimentació, entesa com la part del gràfic en que aquests comencen a no presentar pendents fortes, resultat que reforça l'elecció anterior.

Un cop extrets els factors, s'analitza quina és la càrrega o ponderació que té cada component en les variables originals estudiades mitjançant la matriu factorial (veure quadre 4.3).

**Quadre 4.3 Matriu de factors no rotada**

	Factors		
	1	2	3
PEM	0,938		-0,236
QL	0,886		
TFR	0,871		-0,250
TVA	0,795	0,387	0,101
TC	0,715	0,123	-0,476
PA		0,788	0,112
SHIFT	0,302	-0,741	
TH	0,542		0,673
TCAH	0,514	-0,218	0,592

**Font: Elaboració pròpia.**

En el segon pas de l'anàlisi es realitza una rotació factorial de la matriu, per tal d'aconseguir un patró de factors més simple i significatiu. Existeixen dos mètodes principals amb aquesta finalitat: el mètode de rotació ortogonal i l'oblic. El mètode escollit ha estat l'ortogonal, a partir d'una aproximació Varimax, perquè manté la independència entre els factors rotats, ja que la rotació obliqua genera factors correlacionats (veure quadre 4.4).

**Quadre 4.4 Matriu de factors rotada**

	Factors		
	1	2	3
PEM	0,930	0,237	0,122
TFR	0,875	0,194	0,139
TC	0,862		
QL	0,730	0,484	0,160
TVA	0,715	0,442	-0,294
TH	0,169	0,847	
TCAH	0,137	0,778	0,196
PA			-0,800
SHIFT	0,163	0,130	0,776

**Mètode d'Extracció: Anàlisi de Components Principals. Mètode de Rotació: Normalització Variamax amb Kaiser. A. La rotació ha convergit en 4 iteracions.**

**Font: Elaboració pròpia.**

El tercer pas és el de la interpretació dels factors resultants. Per aquesta tasca, s'han d'adoptar decisions entorn a quines càrregues factorials val la pena considerar, tenint en compte diversos aspectes relatius a la significació pràctica i estadística, a més del nombre de variables analitzades (Hair et al. 1999):

- Significació pràctica: regla empírica utilitzada freqüentment com a primer examen preliminar de la matriu de factors. Aquesta regla considera que les càrregues factorials de  $\pm 0,30$  es troben en un nivell mínim; les càrregues de  $\pm 0,40$  són més importants i les càrregues de  $\pm 0,50$  o superiors comencen a ser significatives. A major valor absolut de la càrrega, més rellevant és el seu pes a l'hora de comprendre la matriu.
- Significació estadística: ve marcada per les diferents mides de la mostra, a major nombre d'observacions s'exigeix menor càrrega factorial per ser considerada significativa i a la inversa. En aquest estudi la mostra és de



setanta observacions, que corresponen als setanta municipis existents en el litoral català, per tant s'exigeix una càrrega factorial igual o superior a 0,65 (veure quadre 4.5).

- Nombre de variables analitzades: a major nombre de variables, menor ha de ser la càrrega significativa.

**Quadre 4.5 Identificació de càrregues factorials significatives depenent de la mostra**

Càrrega factorial	Mida mostral necessària per a la significació
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Font: Hair, et al. (1999).

La utilització de l'anàlisi de components principals en aquestes variables socioeconòmiques i turístiques ha donat com a resultat un matriu de factors rotada, on cada variable s'associa a un únic factor, el que té el valor de càrrega factorial més alt (veure quadre 4.6).

**Quadre 4.6 Matriu de factors rotada**

	Factors		
	1	2	3
PEM	0,930	0,237	0,122
TFR	0,875	0,194	0,139
TC	0,862		
QL	0,730	0,484	0,160
TVA	0,715	0,442	-0,294
TH	0,169	0,847	
TCAH	0,137	0,778	0,196
PA			-0,800
SHIFT	0,163	0,130	0,776

	Residencial
	Hoteler
	Econòmic

**Mètode d'Extracció: Anàlisi de Components Principals. Mètode de Rotació: Normalització Varimax amb Kaiser. A. La rotació ha convergit en 4 iteracions.**

Font: Elaboració pròpia.

A continuació es passen a denominar de forma adient el factors, d'acord amb les variables inicials que incorporen i tenint en compte que les càrregues factorials amb valors més alts es consideren més importants i de major influència sobre el nom o etiqueta seleccionada per a representar cada factor:

- Factor 1: engloba les variables Població Estacional Màxima (PEM), Taxa Funció Residencial (TFR), Taxa Campista (TC), Quocient de Localització de l'Ocupació Turística (QL) i Taxa Variació de l'Atur (TVA). Algunes d'elles fan referència directament al desenvolupament d'un tipus de turisme, caracteritzat per formes d'ocupació del sòl extensives, com són les segones residències (TFR) i els càmpings (TC). Mentre que d'altres expressen els impactes d'aquesta modalitat turística sobre la població i l'economia: quota màxima d'habitants que suporta un nucli (PEM), elevada especialització funcional (QL) i obertura temporal del comerç i restauració en els municipis turístics (TVA). Aquesta component es denominarà **Factor Turisme Residencial**, i explica per ella mateixa el 38,80% de la variància total, ocupant el primer lloc de forma destacada envers la resta de components.

Expressat com un índex:

$$F1 (\text{Turisme Residencial}) = 0,930 \text{ PEM} + 0,875 \text{ TFR} + 0,862 \text{ TC} + 0,730 \text{ QL} + 0,715 \text{ TVA}$$

- Factor 2: inclou les variables Taxa Hotelera (TH) i Taxa de Creixement Acumulatiu de les places Hoteleres de categoria Alta (TCAH). Ambdues indiquen aquelles localitats turístiques fonamentades en l'allotjament hotelier, tradicionalment la manifestació espacial més representativa de l'activitat turística. A més, permet detectar un tipus d'hoteleria que mostra signes de requalificació, donat el major protagonisme de places d'alt valor afegit (quatre i cinc estrelles). Aquest factor, denominat **Factor Turisme Hotelier**, explica el 20,78% de la variància total.

Expressat com un índex:  $F2 (\text{Turisme Hotelier}) = 0,847 \text{ TH} + 0,778 \text{ TCAH}$

- Factor 3: conté dos variables, per una banda el Shift Share (SHIFT), indicador que permet determinar els avantatges o inconvenients globals de cada municipi en relació a l'evolució econòmica conjunta del sistema investigat, en aquest cas el litoral català. Per l'altra, la Població Autòctona (PA), que assenyala l'afectació de l'activitat productiva sobre la dinàmica demogràfica, en concret reflecteix fonamentalment el fenomen de la immigració per motius laborals. Aquest component, anomenat **Factor Dinamisme Econòmic**, explica un 15,90% de la variància total. És de destacar, que les variables Shift i la PA mantenen una relació inversa amb el factor, ja que el Shift té un signe positiu i la PA negatiu. Aquest fet indica, que quan més alt és el valor del Shift, la Població Autòctona decreix, i viceversa.

Expressat com un índex:

$$F3 (\text{Dinamisme Econòmic}) = - 0,800 \text{ PA} + 0,776 \text{ SHIFT}$$

Un cop s'han caracteritzat i denominat els factors, el quart i últim pas de l'anàlisi factorial correspon al càlcul de les puntuacions factorials, que té com a objectiu conèixer en quina mesura aquests factors descriuen i defineixen els subjectes o unitats d'anàlisi (veure quadre 4.7).

**Quadre 4.7 Puntuacions factorials**

	<b>Turisme Residencial(F1)</b>	<b>Turisme Hoteler (F2)</b>	<b>Dinamisme Econòmic (F3)</b>
Portbou	-0,875	-0,002	-0,935
Colera	1,613	-0,998	0,043
Llançà	1,099	-0,243	-1,150
Port de la Selva, el	1,782	-1,142	-0,968
Cadaqués	1,007	0,936	-1,752
<b>Roses</b>	<b>0,849</b>	<b>1,483</b>	<b>-0,148</b>
Castelló d'Empúries	1,645	-0,258	0,713
Sant Pere Pescador	1,611	-0,749	-1,714
Escala, l'	1,546	-0,687	0,076
Torroella de Montgrí	1,589	-0,746	-1,211
Pals	1,841	-0,130	-0,992
Begur	0,950	0,099	-0,576
Palafrugell	0,511	-0,025	-1,449
Mont-ras	0,060	-0,686	-0,914
Palamós	-0,269	-0,351	-0,914
Calonge	1,056	0,103	0,680
Castell-Platja d'Aro	1,603	0,450	0,056
Sant Feliu de Guíxols	-0,375	0,701	-0,652
Santa Cristina d'Aro	0,558	0,851	0,315
Tossa de Mar	1,477	2,553	-0,419
<b>Lloret de Mar</b>	<b>-0,236</b>	<b>3,523</b>	<b>-0,700</b>
Blanes	0,100	-0,269	-0,113
Malgrat	-0,215	0,676	-0,447
Santa Susanna	0,368	2,473	1,218
Pineda de Mar	-0,347	-0,402	0,577
<b>Calella</b>	<b>-0,360</b>	<b>1,295</b>	<b>-1,167</b>
Sant Pol de Mar	-0,198	-0,519	0,334
Canet de Mar	-0,803	-0,537	-0,283
Arenys de Mar	-0,440	-0,473	-0,187
Caldes d'Estrac	-0,338	-0,064	0,191
Sant Vicenç de Montalt	-0,631	-0,297	1,343
Sant Andreu de Llavaneres	-1,107	-0,163	1,270
Mataró	-0,901	-0,642	-0,837
Cabrera de Mar	-1,360	-0,483	-0,309
Vilassar de Mar	-1,236	-0,315	0,726
Premià de Mar	-1,241	-0,301	1,217
Masnou, el	-0,882	-0,588	1,208
Montgat	-0,964	-1,353	-0,100
Badalona	-1,292	-0,402	-0,818
Sant Adrià de Besòs	-1,360	-0,483	-0,309
Barcelona	-1,346	0,519	-1,118
Prat de Llobregat, el	-1,236	-0,315	0,726
Viladecans	-0,877	-0,603	0,717
Gavà	-0,877	-0,603	0,717
Castelldefels	-0,838	0,436	1,461
<b>Sitges</b>	<b>-0,325</b>	<b>0,335</b>	<b>1,034</b>
Sant Pere de Ribes	-1,241	-0,301	1,217

*Capítol 4. Les formes d'implantació turística al litoral català*

	<b>Turisme Residencial(F1)</b>	<b>Turisme Hoteler (F2)</b>	<b>Dinamisme Econòmic (F3)</b>
Vilanova i la Geltrú	-0,772	-0,489	-0,292
Cubelles	-0,383	-0,210	1,407
Cunit	0,816	-0,715	1,532
Calafell	0,121	0,845	1,795
<b>Vendrell, el</b>	<b>-0,192</b>	<b>0,801</b>	<b>0,922</b>
Roda de Barà	1,947	-2,174	1,446
Creixell	1,684	-1,166	1,290
Torredembarra	0,391	-0,561	0,682
Altafulla	0,152	0,668	1,456
Tarragona	-0,986	0,231	-1,127
Vila-seca	0,282	1,024	0,162
<b>Salou</b>	<b>0,423</b>	<b>3,313</b>	<b>0,896</b>
<b>Cambrils</b>	<b>0,225</b>	<b>1,201</b>	<b>0,806</b>
Mont-roig del Camp	0,834	-0,407	1,588
Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant	0,145	-0,867	0,057
Ametlla de Mar, l'	0,618	-0,385	-1,032
Perelló, el	-1,116	-0,246	-1,755
Ampolla, l'	1,007	-0,891	0,002
Deltebre	-0,866	-0,633	-0,265
Sant Jaume d'Enveja	-1,153	-0,279	-1,255
Amposta	-0,901	-0,642	-0,837
Sant Carles de la Ràpita	-1,089	0,943	-1,439
Alcanar	-0,280	-0,668	-1,692

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.

Des d'una perspectiva regional, s'observa una elevada concentració espacial de la dimensió Turisme Residencial en determinats espais del litoral català, en concret a la Costa Brava (on predominen valors factorials superiors a 1) i en menor mesura a la Costa Daurada (bàsicament valors factorials entre 0,1 i 1), veure mapa 4.1. Fenomen explicable tenint en compte que entre els dos àmbits territorials, agrupen més de la meitat de les places de segona residència (32,09% Costa Brava i 32,43% Costa Daurada, en total un 64,52% a l'any 2001) i el 81,08% de les places de càmping (53,31% Costa Brava i 27,77% Costa Daurada, l'any 2004) del conjunt català. La resta de litoral presenta baixes puntuacions factorials (-0,8 a 0), tal com succeeix en la Costa del Maresme (nord i centre) i Garraf, o bé molt baixes (-0,9 a -1,4%), reflectides en el tram del Maresme Sud, zona amb una clara funció de primera residència de l'àrea metropolitana de Barcelona; les ciutats de Barcelona i Tarragona, per ser nuclis amb un volum de població resident important; i les Terres de l'Ebre, territori amb poca orientació turística.

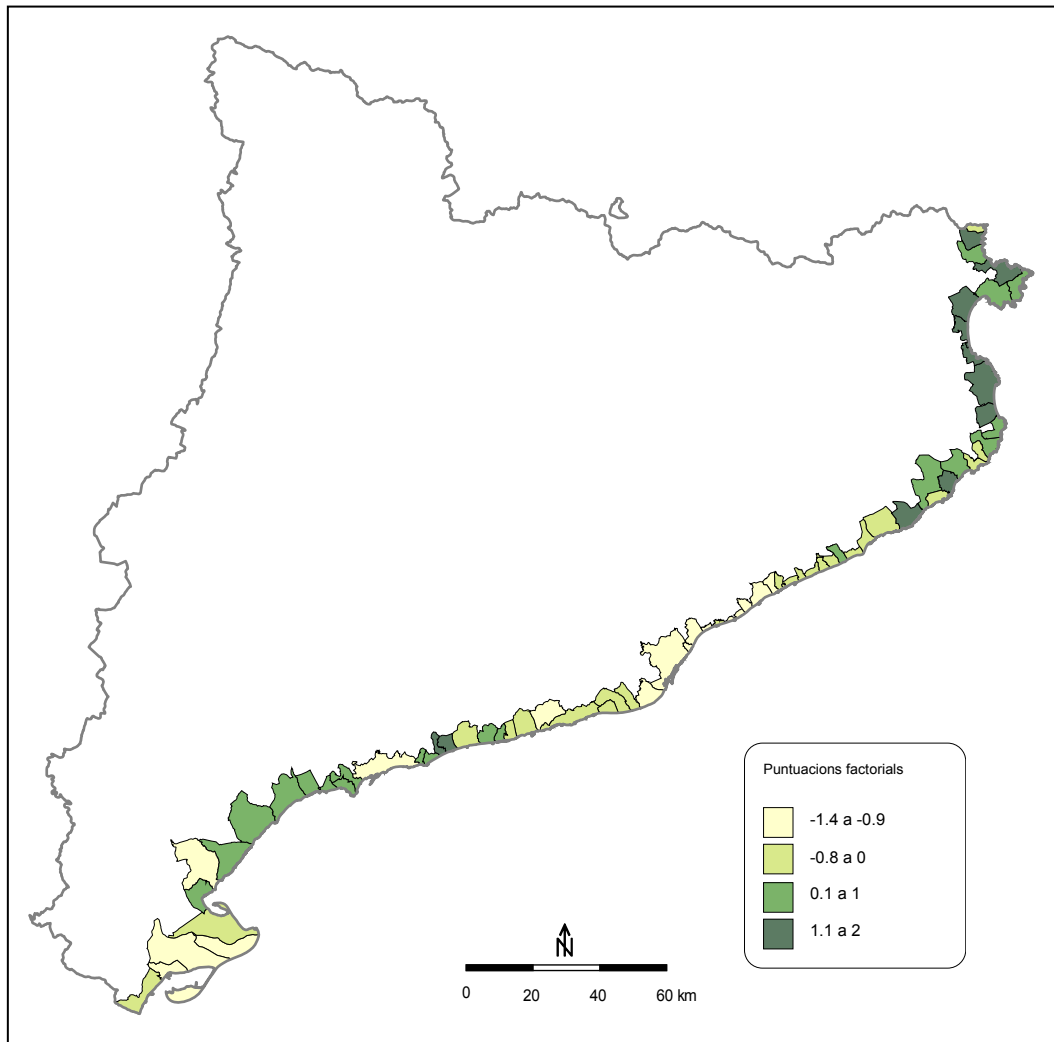
Pel que fa a la dimensió Turisme Hoteler, si bé el 80% de les places hoteleres (2004) de tota Catalunya es localitzen en el litoral català, aquestes no es distribueixen de forma homogènia, sinó que es concentren en uns pocs municipis. Roses, Tossa de Mar, Lloret de Mar, Santa Susanna, Calella de Mar, Salou i Cambrils, sobresurten per la seva capacitat i qualificació de l'oferta hotelera, amb puntuacions factorialis superiors a 1. Es tracta de destinacions que han basat bona part del seu desenvolupament turístic en l'allotjament hotelier, tot i disposar també d'un important parc de segones residències. Amb una relativa especialització hotelera (puntuacions factorialis entre 0,1 i 1), es situen nuclis que destaquen pel seu volum de places, com Cadaqués, Castell-Platja d'Aro, Sitges i Vila-seca; i d'altres pels esforços dedicats a la qualificació de la seva planta hotelera (increment de places d'alta categoria quatre i cinc estrelles), tal com succeeix a Calonge, Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro, Malgrat de Mar, Barcelona, Castelldefels, Calafell, El Vendrell, Altafulla, Tarragona i Sant Carles de la Ràpita. Registren puntuacions factorialis inferiors a 1, la majoria dels municipis de la Costa Brava Nord i Centre, ja que la seva capacitat d'acollida es fonamenta en les segones residències i càmtings; la Costa del Maresme Sud i el Garraf per tenir una base econòmica de caràcter més industrial; i les Terres de l'Ebre, pel pes del sector agrícola i pesquer.

El factor Dinamisme Econòmic, compostat per les variables Shift Share i Població Autòctona, permet identificar aquells municipis més dinàmics econòmicament del litoral català. El creixement industrial i turístic esdevingut en diferents indrets del litoral durant els anys seixanta i setanta, va ser l'inici del desenvolupament d'importants centres de treball, que després d'un cicle de cert estancament a finals dels vuitanta principis dels noranta, van recuperar en millor o pitjor mesura la seva posició a través de la reconversió industrial o la generació de nous atractius turístics. Aquests canvis en el sistema productiu van significar també la reducció del percentatge de població autòctona, com a conseqüència de la recepció durant els seixanta i setanta d'un contingent important d'immigrants procedents d'altres llocs de l'Estat i en els últims anys de l'estranger. No obstant, certs municipis com Tarragona, Barcelona, Sant Adrià de Besòs i Badalona, que en principi haurien de ser nuclis actius econòmicament, tenen una puntuació factorial molt baixa (inferior a 0 Sant Adrià i la resta inferiors a - 0,6). Aquest comportament es deu al seu baix valor del Shift, explicable perquè són nuclis

fonamentalment industrials, que arran dels processos de reconversió del sector perden especialització funcional respecte al conjunt de Catalunya. En els cas de Sant Adrià del Besòs s'ha produït una disminució de l'efecte proporcional i del diferencial a la vegada, per tant a més de la disminució de l'especialització productiva en el sector industrial, diferents branques de la seva economia han perdut importància respecte al conjunt de Catalunya. En els casos de Badalona, Barcelona i Tarragona només disminueix l'efecte diferencial, degut a que la dinàmica econòmica general d'aquests municipis no ha superat el creixement mitjà català. En canvi l'efecte diferencial ha presentat una lleugera alça, ja que la lògica pèrdua d'especialització industrial ha estat compensada per altres sectors com els turístics i els serveis públics. En aquests últims tres municipis la seva puntuació factorial és baixa no només pels valors del Shift, sinó també per tenir una població autòctona alta. Lloret de Mar també és un cas particular, perquè la seva puntuació factorial molt baixa (inferior a  $-0,6$ ) és conseqüència directa de la pèrdua significativa de llocs de treball localitzats turístics per sobre de la mitjana catalana (efecte diferencial), però en canvi continua conservant una certa especialització (efecte proporcional) en aquest sector, així como una població autòctona relativament alta.

Els altres municipis amb puntuacions inferiors a 0 i  $-0,6$  es localitzen a les Terres de l'Ebre, Costa Brava Nord i Costa Brava Centre. En general perquè són zones amb alts percentatges de població autòctona i la seva activitat no ha estat prou dinàmica en relació a la pauta catalana (efecte diferencial). Els municipis amb puntuacions intermèdies (0 a 1) es localitzen en alguns nuclis de la Costa Brava, Maresme i amb més representativitat al Garraf i la Costa Daurada. Aquestes localitats han crescut per sobre de la mitjana catalana (efecte diferencial) en branques com la construcció, comerç i reparació, hostaleria, immobiliària i lloguer, administració pública, educació i sanitat; a més de guanyar especialització (efecte proporcional) en aquestes branques turístiques i de serveis. Les puntuacions més altes (superiors a 1) es donen en aquelles localitats, que mantenen o incrementen les mateixes pautes de dinamisme que el grup anterior, però que tenen percentatges de població autòctona més baixos.

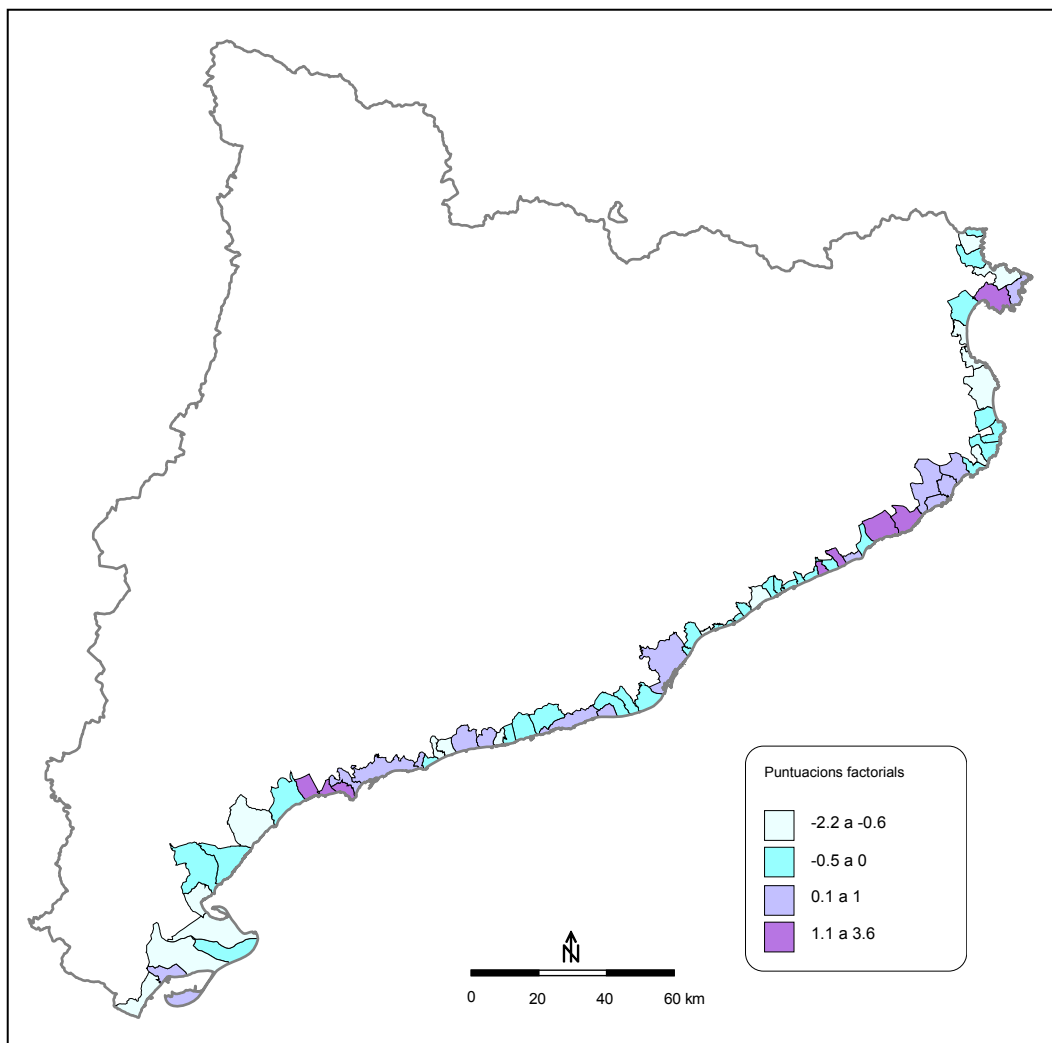
Mapa 4.1 Factor 1: Turisme Residencial



Font: Elaboració pròpia.

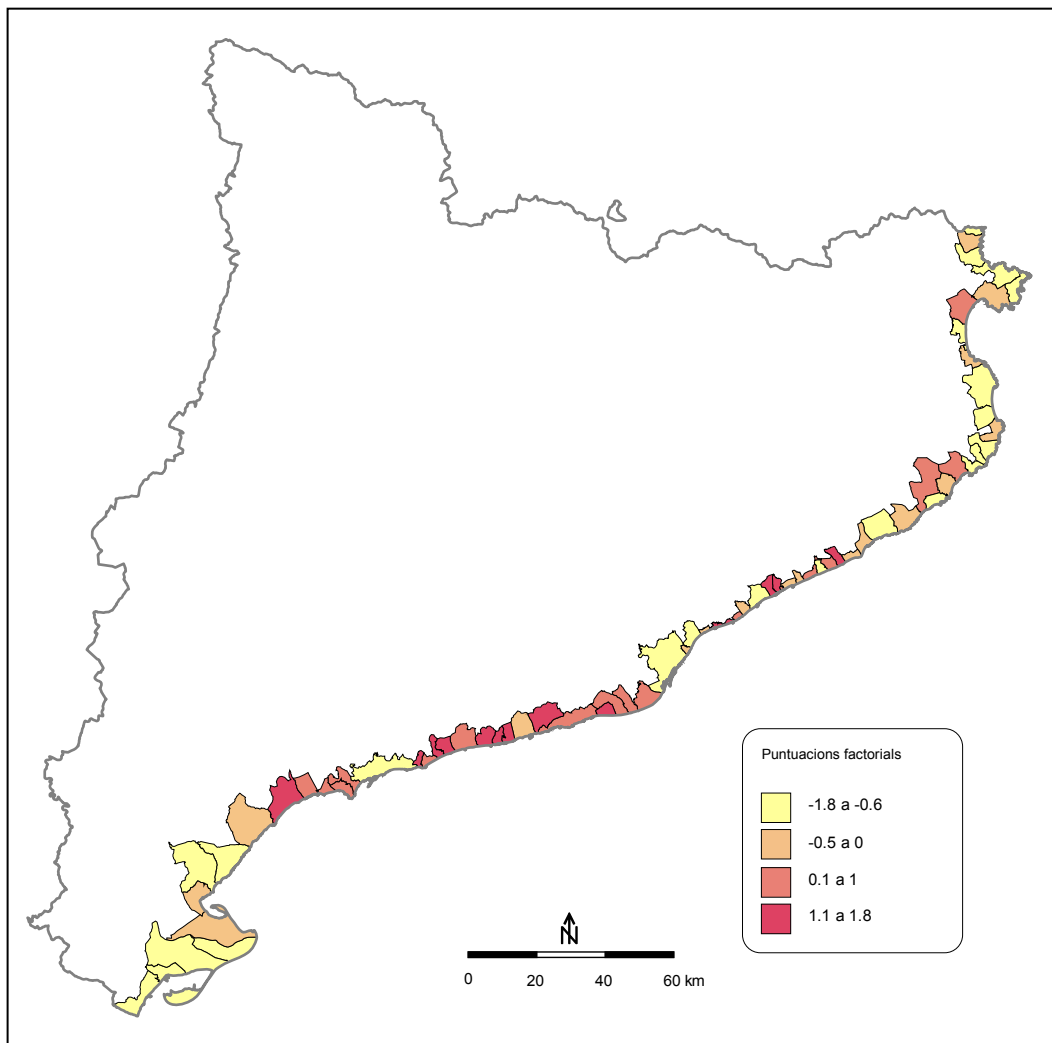


Mapa 4.2 Factor 2: Turisme Hoteler



Font: Elaboració pròpia.

Mapa 4.3 Factor 3: Dinamisme Econòmic



Font: Elaboració pròpia.

## 2. CARACTERITZACIÓ DELS MUNICIPIS I TIPOLOGIES RESULTANTS

Per a classificar i caracteritzar els municipis del litoral català en tipologies diferenciades, ha estat necessari jerarquitzar els valors de les puntuacions factorials obtingudes per cadascuna de les dimensions (Residencial, Hotelera i Dinamisme Econòmic), en base als següents barems: inferior a 0 (Baix), de 0 a 1 (Mitjà) i superior a 1 (Alt), tal com s'observa en el quadre 4.8.

Quadre 4.8 Classificació de les puntuacions factorials

	Turisme Residencial(F1)	Turisme Hotelera (F2)	Dinamisme Econòmic (F3)
Portbou	BAIX	BAIX	BAIX
Colera	ALT	BAIX	MITJÀ
Llançà	ALT	BAIX	BAIX
Port de la Selva, el	ALT	BAIX	BAIX
Cadaqués	ALT	MITJÀ	BAIX
<b>Roses</b>	MITJÀ	ALT	BAIX
Castelló d'Empúries	ALT	BAIX	MITJÀ
Sant Pere Pescador	ALT	BAIX	BAIX
Escala, l'	ALT	BAIX	MITJÀ
Torroella de Montgrí	ALT	BAIX	BAIX
Pals	ALT	BAIX	BAIX
Begur	MITJÀ	MITJÀ	BAIX
Palafrugell	MITJÀ	BAIX	BAIX
Mont-ras	MITJÀ	BAIX	BAIX
Palamós	BAIX	BAIX	BAIX
Calonge	ALT	MITJÀ	MITJÀ
Castell-Platja d'Aro	ALT	MITJÀ	MITJÀ
Sant Feliu de Guíxols	BAIX	MITJÀ	BAIX
Santa Cristina d'Aro	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ
Tossa de Mar	ALT	ALT	BAIX
<b>Lloret de Mar</b>	BAIX	ALT	BAIX
Blanes	MITJÀ	BAIX	BAIX
Malgrat de Mar	BAIX	MITJÀ	BAIX
Santa Susanna	MITJÀ	ALT	ALT
Pineda de Mar	BAIX	BAIX	MITJÀ
<b>Calella</b>	BAIX	ALT	BAIX
Sant Pol de Mar	BAIX	BAIX	MITJÀ
Canet de Mar	BAIX	BAIX	BAIX
Arenys de Mar	BAIX	BAIX	BAIX
Caldes d'Estrac	BAIX	BAIX	MITJÀ
Sant Vicenç de Montalt	BAIX	BAIX	ALT
Sant Andreu de Llavaneres	BAIX	BAIX	ALT
Mataró	BAIX	BAIX	BAIX
Cabrera de Mar	BAIX	BAIX	BAIX
Vilassar de Mar	BAIX	BAIX	MITJÀ
Premià de Mar	BAIX	BAIX	ALT

Capítol 4. Les formes d'implantació turística al litoral català

	Turisme Residencial(F1)	Turisme Hoteler (F2)	Dinamisme Econòmic (F3)
Masnou, el	BAIX	BAIX	ALT
Montgat	BAIX	BAIX	BAIX
Badalona	BAIX	BAIX	BAIX
Sant Adrià de Besòs	BAIX	BAIX	BAIX
Barcelona	BAIX	MITJÀ	BAIX
Prat de Llobregat, el	BAIX	BAIX	MITJÀ
Viladecans	BAIX	BAIX	MITJÀ
Gavà	BAIX	BAIX	MITJÀ
Castelldefels	BAIX	MITJÀ	ALT
<b>Sitges</b>	BAIX	MITJÀ	ALT
Sant Pere de Ribes	BAIX	BAIX	ALT
Vilanova i la Geltrú	BAIX	BAIX	BAIX
Cubelles	BAIX	BAIX	ALT
Cunit	MITJÀ	BAIX	ALT
Calafell	MITJÀ	MITJÀ	ALT
<b>Vendrell, el</b>	BAIX	MITJÀ	MITJÀ
Roda de Barà	ALT	BAIX	ALT
Creixell	ALT	BAIX	ALT
Torredembarra	MITJÀ	BAIX	MITJÀ
Altafulla	MITJÀ	MITJÀ	ALT
Tarragona	BAIX	MITJÀ	BAIX
Vila-seca	MITJÀ	ALT	MITJÀ
<b>Salou</b>	MITJÀ	ALT	MITJÀ
<b>Cambrils</b>	MITJÀ	ALT	MITJÀ
Mont-roig del Camp	MITJÀ	BAIX	ALT
Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant	MITJÀ	BAIX	MITJÀ
Ametlla de Mar, l'	MITJÀ	BAIX	BAIX
Perelló, el	BAIX	BAIX	BAIX
Ampolla, l'	ALT	BAIX	MITJÀ
Deltebre	BAIX	BAIX	BAIX
Sant Jaume d'Enveja	BAIX	BAIX	BAIX
Amposta	BAIX	BAIX	BAIX
Sant Carles de la Ràpita	BAIX	MITJÀ	BAIX
Alcanar	BAIX	BAIX	BAIX

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística

Font: Elaboració pròpia.

Posteriorment, en funció de les possibles combinacions amb els valors (Baix, Mitjà o Alt) de cadascun dels factors, s'han establert les diferents classes on s'ubicaran els municipis d'estudi (veure quadre 4.9 i mapa 4.4):

- Tipus A: municipis que presenten un baix Turisme Residencial; baix Turisme Hoteler i baix, mitjà o alt Dinamisme Econòmic. Es tracta de nuclis amb una dèbil o incipient presència turística, per aquest motiu és coherent denominar-los com **Sense o amb Poca Especialització Turística**.

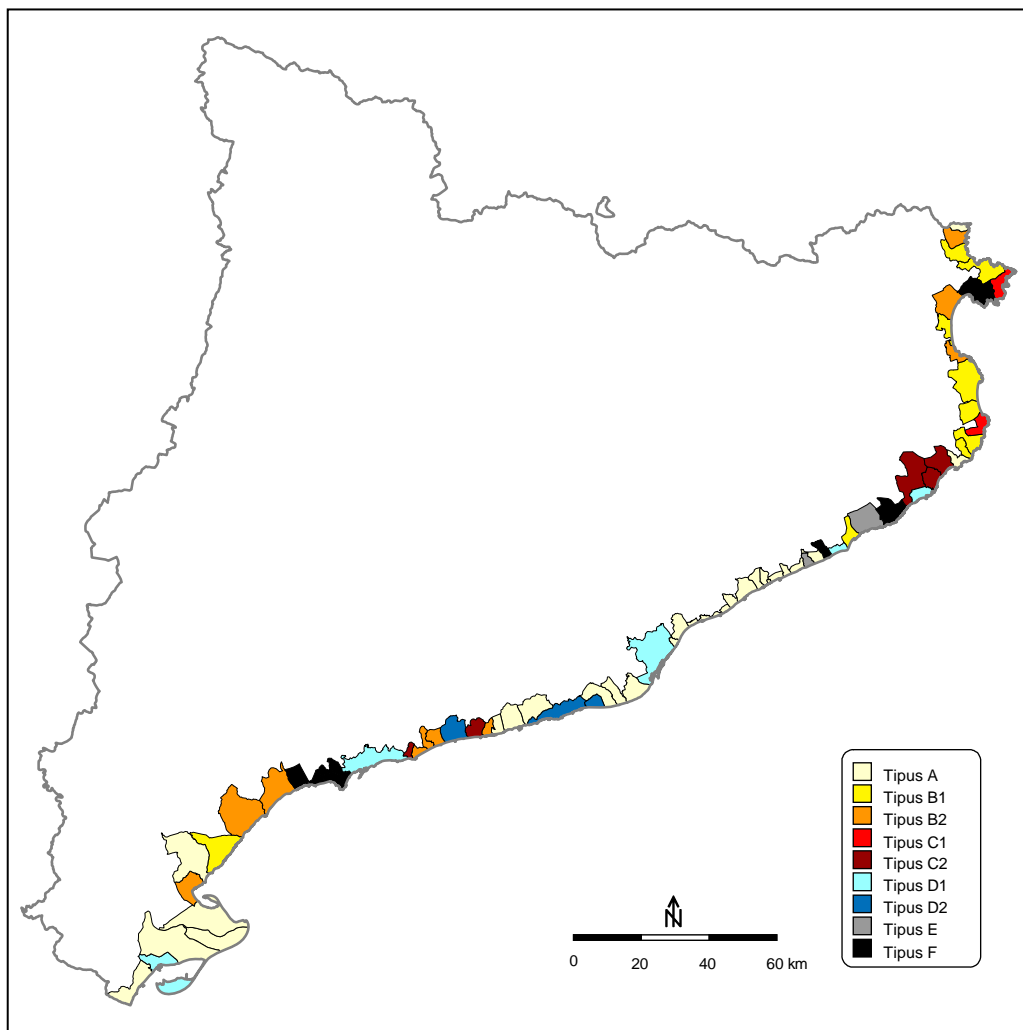
- Tipus B: municipis que presenten uns valors mitjans o alts en Turisme Residencial i baixos en Turisme Hoteler. Per tant, localitats on l'activitat immobiliària és la base del sistema turístic local. Aquests municipis passen a denominar-se **Especialitzats en Turisme Residencial**. En aquest cas, existeix una classe B1 (baix Dinamisme Econòmic) i B2 (mitjà o alt Dinamisme Econòmic).
- Tipus C: municipis amb mitjà o alt Turisme Residencial i mitjà Turisme Hoteler. Són espais turístics que si bé fonamenten la seva oferta en la modalitat vacacional o residencial, també disposen d'una estructura hotelera de magnitud moderada. Aquests nuclis reben la denominació d'**Especialitzats en Turisme Residencial amb Component Hoteler**. Es distingeix una classe C1 (baix Dinamisme Econòmic) i C2 (mitjà o alt Dinamisme Econòmic).
- Tipus D: municipis amb un baix Turisme Residencial i mitjà Turisme Hoteler. En aquests nuclis l'activitat turística coexisteix amb altres sectors, com el comerç, l'agricultura, la indústria, etc. Malgrat tenir una capacitat hotelera de certa intensitat, el turisme és un factor més dintre de l'organització territorial. Es classifiquen com a municipis de **Moderada Especialització Hotelera** i es subdivideixen en una classe D1 (baix Dinamisme Econòmic) i D2 (alt Dinamisme Econòmic).
- Tipus E: municipis amb un baix Turisme Residencial, un alt Turisme Hoteler i un baix Dinamisme Econòmic. Es tracta d'espais turístics que han optat per un model de desenvolupament turístic on ha primat la creació d'hotels en detriment de les segones residències. Per l'elevada concentració de la seva planta hotelera són denominats **Especialitzats en Turisme Hoteler**.
- Tipus F: municipis amb un mitjà o alt Turisme Residencial, un alt Turisme Hoteler i qualsevol tipus de Dinamisme Econòmic. Localitats designades com d'**Especialització Turístico-Residencial** per ser importants enclavaments turístics, ja que disposen d'un elevat volum de places hoteleres i un nombre considerable de segones residències i càmpings.

**Quadre 4.9 Tipologies de municipis litorals catalans**

TIPOLOGIES					
A		B		C	
		B1	B2	C1	C2
Portbou	Montgat	Llançà	Colera	Cadaqués	Calonge
Palamós	Badalona	Port de la Selva	Castelló d'Empúries	Begur	Castell-Platja d'Aro
Pineda de Mar	Sant Adrià del Besòs	Sant Pere Pescador	L'Escala		Santa Cristina d'Aro
Sant Pol de Mar	El Prat de Llobregat	Torroella de Montgrí	Cunit		Calafell
Canet de Mar	Viladecans	Pals	Roda de Barà		Altafulla
Arenys de Mar	Gavà	Palafrugell	Creixell		
Caldes d'Estrac	Sant Pere de Ribes	Mont-ras	Torredembarra		
Sant Vicenç de Montalt	Vilanova i la Geltrú	Blanes	Mont-roig del Camp		
Sant Andreu de Llavaneres	Cubelles	L'Ametlla de Mar	Vandellós i l'Hospitalet		
Mataró	El Perelló		L'Ampolla		
Cabrera de Mar	Deltebre				
Vilassar de Mar	Sant Jaume d'Enveja				
Premià de Mar	Amposta				
El Masnou	Alcanar				
D		E	F		
D1	D2				
Sant Feliu de Guíxols	Castelldefels	<b>LLoret de Mar</b>	<b>Roses</b>		
Malgrat de Mar	<b>Sitges</b>	<b>Calella de Mar</b>	Tossa de Mar		
Barcelona	<b>El Vendrell</b>		Santa Susanna		
Tarragona			Vila-seca		
Sant Carles de la Ràpita			<b>Salou</b>		
			<b>Cambrils</b>		

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística. Font: Elaboració pròpia.

Mapa 4.4 Tipologies de municipis litorals catalans



Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi factorial precedent ha permès caracteritzar i agrupar els municipis litorals catalans en sis grans tipologies, prenent com a base una sèrie d'indicadors demogràfics (PA i PEM), econòmics (QL, SHIFT, TVA) i turístics (TFR, TH, TC, TCAH). A continuació, es descriurà quina és la importància i la representativitat d'aquests indicadors en cadascuna de les tipologies resultants (veure quadre 4.10).

Els municipis **Sense o amb Poca Especialització Turística (Tipus A)**, des del punt de vista demogràfic, es caracteritzen per registrar un baix índex de població estacional màxima (entre 0-2,01), principalment perquè predominen altres activitats productives com la industrial, l'agrícola o la pesquera, amb una

estacionalitat menys marcada que la turística. Per altra banda, presenten nivells d'autoctonisme força variats, des de valors molt baixos (3,96%) a valors força alts (65,26%), resultat de la combinació de diversos factors, entre els que destaca l'orientació productiva. En aquest sentit, el nuclis industrials mostren petits percentatges de població autòctona, ja que durant la dècada dels seixanta i setanta es convertiren en pols d'atracció d'immigració laboral procedent de l'interior de Catalunya i de la resta de l'Estat, substituïda en els anys noranta, per la d'origen extracomunitari. També obtenen valors reduïts aquelles poblacions que s'han vist afectades per la desconcentració metropolitana de Barcelona i les possibles segregacions de municipis (Deltebre de Tortosa, 1977; Sant Jaume d'Enveja de Tortosa 1978; i l'Ampolla del Perelló en el 1989). En canvi, obtenen alts valors d'autoctonisme els nuclis dedicats al sector primari i els que disposaven d'un volum de població destacat en el moment de rebre les primeres migracions laborals, per tant aquesta no li afecta tant. El fet de tractar-se de municipis amb una base productiva industrial o agrícola-pesquera es tradueix en valors baixos o moderats del quocient de localització de l'ocupació turística, que oscil·la entre un 0,49 i 1,96; taxes de variació de l'atur baixes o molt baixes, entre un 7,15 i un 70,80%, ja que ofereixen llocs de treball més estables; i un valor del Shift Share, que reflecteix des d'estructures productives regressives a dinàmiques, en funció de si l'estructura sectorial és més o menys diversificada, especialment en activitats vinculades al serveis, que creixen per sobre de la mitjana catalana. La dèbil presència turística es reflecteix en una petita taxa hotelera (0-16,02%); campista (0-30,03%); residencial (0,54-90,04%), per tenir una funció clarament de primera residència; i lògicament, amb una planta hotelera de categoria mitja-baixa, en resposta a la poca dinàmica turística generada en aquests espais.

Els municipis **Especialitzats en Turisme Residencial (Tipus B)**, envers l'estructura demogràfica, són nuclis que presenten un índex de població estacional màxima molt alt, com a conseqüència de l'existència d'un important parc de residències secundàries, que li proporcionen a la localitat una gran capacitat d'acollida turística. Durant l'estiu la població d'aquests municipis es multiplica entre 1,33 i 12,60 vegades. També tenen una taxa de població autòctona bastant baixa, entre un 5,31 i un 44,13%, ja que per la seva condició d'espai turístic, des dels anys seixanta, aquests municipis són focus d'atracció



d'immigració per les seves oportunitats laborals, així com a nuclis de localització permanent de població, sobretot jubilada, en busca d'un estil de vida més tranquil i de més qualitat. En termes econòmics, es tracta de nuclis on el fenomen turístic residencial ha comportat la transformació productiva de l'economia local, passant a dominar unes poques activitats. La interpretació dels quocients de localització turística enregistrats per aquests municipis, entre 1,06 i 3,05, confirmen l'especialització laboral en la branca de l'hostaleria. Un dels trets característics de l'activitat turística és també la inestabilitat del mercat de treball, sobretot a conseqüència de l'elevada concentració de la demanda en zones litorals durant els mesos d'estiu. Per tant, s'observen altes taxes de variació de l'atur, encara que amb una certa variabilitat, entre 30,77 i un 250%. L'anàlisi Shift Share, que avalua el dinamisme econòmic d'un espai, confirma que bona part dels municipis d'aquest grup són centres de treball amb estructures sectorials dinàmiques, mentre que una proporció menor regressives, ja que malgrat presentar un important creixement, aquest últim no ha estat suficient per a superar la dinàmica global catalana. Aquests espais com a destinacions turístiques es caracteritzen per disposar d'una important oferta residencial, registrant una taxa elevada, que arriba a representar un 412,02%, resultat d'un model turístic desenvolupat vinculat a la creació d'espais residencials d'ús temporal. En canvi, tenen una oferta hotelera reduïda i de baix valor afegit, ja que la taxa hotelera només es mou entre un 0 i un 28,20% i la taxa de creixement hotelera d'alta categoria és molt petita o decreixent, com a màxim del 0,58%. També cal destacar, l'important pes de la modalitat campista, que arriba a suposar un 713,47%.

Els municipis **Especialitzats en Turisme Residencial amb Component Hoteler (Tipus C)**, presenten com a trets demogràfics, elevats índexs de població estacional màxima (entre 3,77 i 8,83), però lleugerament inferiors a la dels municipis plenament especialitzats en turisme residencial; i baixos valors d'autoctonisme, tot i que superiors als registrats per la tipologia anterior, oscil·lant entre un 13,57 i un 44,02%. Aquesta última característica pot ser explicada per l'efecte de les migracions laborals durant l'etapa del boom turístic dels seixanta, i per el posicionament d'aquests municipis com a centres de primera residència de l'àrea metropolitana de Barcelona, durant les darreres dècades. Pel que fa a la dimensió econòmica, obtenen uns valors corresponents

al quocient de localització turística més alts (1,71-3,36) que els de la tipologia anterior, bàsicament com a resultat de la seva major vocació hotelera. Laboralment, la seva característica principal és la fluctuació de l'ocupació, observable en la taxa de variació de l'atur, que va entre un 33,56 i 229,41%. La majoria dels municipis són centres de treball, però sense superar la dinàmica catalana, tal com es desprèn de l'anàlisi Shift Share, només aquells nuclis amb una major especialització en branques relacionades amb el sector serveis presenten una estructura productiva expansiva. La distribució dels usos turístics està dominada per la modalitat residencial, les segones residències en aquests nuclis suposen més del doble respecte l'habitatge principal, amb taxes de funció residencials que es mouen entre un 108,82 i un 326,40%. Tanmateix, es produeix un increment del pes hotelier respecte a la tipologia anterior, la taxa hotelera roman entre un 5,80 i un 61,03%, de categoria variable, ja que per una banda es perden places de quatre i cinc estrelles, mentre que per l'altra determinats municipis dediquen esforços per qualificar la seva planta, apostant per l'obertura d'establiments d'alta categoria. La participació de l'oferta campista és força dispar, des de nuclis amb un taxa molt baixa, d'un 2,32%, a d'altres on aquesta modalitat és destacada, registrant percentatges superiors al 100%.

Els municipis de **Moderada Especialització Hotelera (Tipus D)** tenen un comportament demogràfic caracteritzat per una baixa importància de la població estacional màxima, l'índex oscil·la entre un 0,20 i 3,21; i per una taxa de població autòctona que en alguns casos és molt baixa (10,07%) mentre que en d'altres obtenen valors superiors al 60% (65,24%). L'existència de municipis amb un baix nivell d'autoctonisme es deu a la intensa arribada de població durant la dècada dels seixanta i setanta, majoritàriament de fora de Catalunya, per a treballar en la indústria i el turisme. No obstant, el fenomen de les migracions en municipis grans, capitals de comarca o de província com Barcelona, Tarragona o El Vendrell, ha tingut una menor incidència sobre la població, per la seva important població autòctona de partida. Tampoc s'han vist afectats els nuclis on encara perviu l'activitat agrícola i pesquera, els quals registren elevats nivells d'autoctonisme. Tot i l'orientació turística, es tracta de municipis amb una estructura productiva diversificada on la indústria, el turisme, la construcció, el comerç, l'agricultura i la pesca comparteixen protagonisme, circumstància que es veu reflectida en uns valors no gaire elevats dels quocients de localització

turística, que es mouen entre un 0,77 i un 2,8. En aquest context, el mercat de treball presenta una menor inestabilitat laboral que l'observada en els grups anteriors, amb unes taxes de variació de l'atur que no superen el 100%, entre el 5,88 i el 97,26%. Segons l'anàlisi Shift Share, aquest grup estaria conformat tant per nuclis amb estructures sectorials regressives com expansives, respecte a la mitjana catalana. Les estructures regressives corresponen a municipis amb una base econòmica tradicional, industrial o bé agrícola i pesquera, activitats que estan perdent pes en el nou cicle econòmic. Mentre que les estructures expansives es vinculen a municipis amb una economia més terciaritzada. El desenvolupament turístic d'aquests espais és de dimensions limitades, perquè la planta hotelera no té un pes específic gaire gran, registra una taxa hotelera entre el 2,08 i el 39,85%, però sí que destaca per la seva qualitat amb un predomini d'establiments de categoria mitjana-alta, com a resultat de l'aposta d'alguns d'aquests centres pel turisme de congressos i reunions. L'oferta hotelera està acompanyada per un cert parc de residències secundàries, relacionat amb l'oci de proximitat de la regió metropolitana de Barcelona, per aquest motiu alguns d'aquests municipis tenen una taxa de funció residencial per sobre del 100%. No obstant, progressivament part d'aquestes residències secundàries tendeixen a convertir-se en residències principals. Per últim, la modalitat campista té una escassa representació, fins al punt de ser inexistent.

Els municipis **Especialitzats en Turisme Hotelier (Tipologia E)**, des d'una perspectiva demogràfica es defineixen per tenir una moderat índex de població estacional màxima, que varia entre un 2,02 i un 3,37%, atès que la capacitat d'acollida de la planta hotelera és menor que la del parc residencial; i per tenir una població autòctona força baixa, entre un 21,84 i un 36,85%, de nou, l'aportació migratòria laboral associada al desenvolupament turístic n'és la principal causa. El motor de l'economia d'aquests municipis és clarament l'activitat turística, en relació a la branca de l'hostaleria s'obtenen quocients de localització entre un 2,08 i un 4,54, valors que indiquen una elevada concentració del sector respecte al conjunt del litoral català. Com a espais de destinació turística de sol i platja i per la seva concentració hotelera, es caracteritzen per uns ritmes temporals molts marcats per la demanda, sent la contractació eventual dels treballadors (de sis o menys mesos) la fórmula més comuna d'ocupació. Aquesta pauta de funcionament provoca elevades taxes de

variació de l'atur, que arriben fins a un 329,22%. Malgrat ser importants centres de treball, segons l'anàlisi Shift Share, es tracta de municipis amb una estructura sectorial regressiva respecte a la mitjana catalana, fet que s'explica per la pèrdua de llocs de treball localitzats en aquelles branques que estan experimentant creixements positius al conjunt Catalunya, tals com l'hostaleria, immobiliària, lloguers i serveis a les empreses, administració pública, etc. La dinàmica turística està dominada per la modalitat hotelera, amb taxes entre un 85,49 i un 119,79%. Cal subratllar tres característiques rellevants que perfilen aquesta oferta hotelera: les grans dimensions dels establiments; la seva forma de comercialització, a través de grans agències de majoristes; i per últim, l'intens procés de reestructuració en el que està immersa des de fa gairebé dues dècades, amb un increment del pes de les places d'hotels de tres, quatre i cinc estrelles. L'oferta d'allotjament d'aquestes destinacions es completa bàsicament amb segones residències (TFR 48,24-96,45%) i amb una petita proporció de càmpings (TC 11,67- 12,88%).

Els municipis amb **Especialització Turístico-Residencial (Tipologia F)**, en termes demogràfics, presenten una important població estacional màxima (índexs que oscil·len entre un 3,03 i un 8,39) i reduïts valors d'autoctonisme (entre 6,30 i un 35,07%). Aquesta última circumstància s'explica a partir de dos factors principals, el primer és el conegut fenomen de les migracions laborals generades amb el desenvolupament turístic o bé per altres activitats industrials situades en les proximitats (el cas de Salou, Vila-seca i Cambrils amb el complex petroquímic del Camp de Tarragona i la central nuclear de Vandellòs). En segon lloc, per la recepció de població procedent de l'estranger, sobretot de jubilats, així com població de ciutats pròximes, que decideixen traslladar l'habitatge principal en un entorn més tranquil, cuidat i amb gran varietat de serveis, requisits que normalment compleixen els espais de destinació turística. Des de la perspectiva econòmica, són municipis especialitzats en el sector turístic, tal i com ho demostren els valors registrats en els quocients de localització turística i les taxes de variació de l'atur (5,34 i 708,89% respectivament), els més alts en comparació a la resta de tipologies. El paper preponderant del turisme en la funcionalitat territorial d'aquests municipis els confereix una dimensió econòmica expansiva i dinàmica. En definitiva, es tracta dels principals centres turístics existents al litoral català, fruit del fort desenvolupament del turisme de masses a

partir de la dècada dels seixanta i que actualment continuen sent rellevants. El model turístic implantat es caracteritza per la seva complexitat, ja que combina diferents modalitats d'ocupació, des gran nombre de residències secundàries (TFR entre 122,22 i un 354,49 %), a un elevada concentració hotelera de grans dimensions i qualificada (predomini de TH superiors al 100% i TCAH amb entre un 0,62-100% ) i en menor mesura l'existència d'oferta campista (amb una taxa que oscil·la entre un 5,60 i un 131,05%).

Pel que fa als municipis amb pla d'excel·lència turística, s'ha observat que es concentren en tres tipologies de les nou existents: Moderada Especialització Hotelera amb dinamisme econòmic (Sitges i El Vendrell), Especialitzats en Turisme Hotelier (Lloret de Mar i Calella) i Especialització Turístico-Residencial (Roses, Salou i Cambrils). En aquest sentit, els municipis que van desenvolupar un pla es localitzen en aquelles categories de major implicació turística, que són les que el component hotelier ha manifestat una impacte més destacat. Concretament en quatre dels cinc municipis amb especialització hotelera i en la meitat dels que formen el grup de més complexitat turística (especialitat hotelera i residencial). Per tant, es comprova que els plans d'excel·lència turística litorals que han estat demanats i concedits corresponen a la majoria dels municipis amb més tradició i presència turística de la costa catalana, que lògicament també són els que han requerit un esforç més important a l'hora de reestructurar la destinació.

**Quadre 4.10 Relació i característiques de les tipologies de municipis del litoral català**

Tipologies		PEM	PA	QL	SHIFT	TVA	TFR	TH	TC	TCAH
<b>A</b>		0-2,01	3,96- 65,26%	0,49-1,96	Des d'estructures sectorials regressives a dinàmiques	7,15- 70'80%	0,54- 90,04%	0-16,02%	0- 30,03%	-100-0%
<b>B</b>	<b>B1</b>	1,33- 12,60	23,81- 44,13%	1,13-3,05	Des d'estructures sectorials regressives a dinàmiques	38,46-250%	16,73- 372,87%	0,97-28,20%	8,28- 713,47%	-20,13- 0%
	<b>B2</b>	2,00-8,91	5'31- 35,15%	1,06-2,53	Des d'estructures sectorials regressives a dinàmiques	30,77-150%	81,46- 412,02%	0- 19,63%	6,68- 209,50%	0-0,58%
<b>C</b>	<b>C1</b>	4,58-5	24,72- 44,02%	2,53-3,36	Estructures sectorials regressives	168,52-229,41%	208,47- 237,67%	17,07-61,03%	19,23- 19,63%	-2,32- 0%
	<b>C2</b>	3,77-8,83	13,57- 20,21%	1,71-3,15	Des d'estructures sectorials regressives a dinàmiques	33,56-120,61%	108,82- 326,40%	5,80-54,51%	2,32- 114,47%	-0,91- 100%

Tipologies		PEM	PA	QL	SHIFT	TVA	TFR	TH	TC	TCAH
<b>D</b>	<b>D1</b>	0,20-1,39	30,97- 65,24%	0,77-1,70	Des d'estructures sectorials regressives a dinàmiques	5,88-97,26%	9,71-71%	2,08- 39,85%	0-25,63%	0,45- 100%
	<b>D2</b>	0,62-3,21	10,07- 23,38%	1,00-2,81	Estructures sectorials dinàmiques	23,64-40,18%	34,05-176,36%	2,78- 17,19%	2,43-11,03%	-1,00- 100%
<b>E</b>		2,02-3,37	21,84- 36,85%	2,08-4,54	Estructures sectorials regressives	93,92- 329,22%	48,24-96,45%	85,49- 119,79%	11,67-12,88%	-2,82- 25,43%
<b>F</b>		3,03-8,39	6,30- 35,07%	1,45-5,34	Estructures sectorials dinàmiques	41,98- 708,89%	122,22- 354,49%	22,51- 335,21%	5,60-131,05%	-2,31- 100%

Font: Elaboració pròpia.

## **CAPÍTOL 5. L'EVOLUCIÓ TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ**

L'aproximació al coneixement de l'evolució turística del litoral català s'ha realitzat a partir d'una doble escala (provincial i local) i una doble naturalesa (mercat i oferta).

En primer lloc, amb la finalitat d'oferir un esquema interpretatiu general sobre el fenomen turístic i la seva evolució, s'ha pres com unitat espacial d'anàlisi les províncies i com a variable de referència les pernoctacions en establiments hotelers. Amb aquest objectiu, s'ha analitzat l'evolució de les pernoctacions hoteleres per províncies des de mitjans dels setanta. S'han observat cinc fases marcades per factors externs difícilment controlables, i per factors interns de caire estructural. El període escollit (a partir de 1975) i l'àmbit seleccionat (províncies) queden condicionats per la disponibilitat de les dades.

En segon lloc, s'ha dut a terme un estudi comparat del cicle evolutiu de les places hoteleres de les principals destinacions turístiques de sol i platja catalanes per volum d'oferta més aquelles que van obtenir un pla d'excel·lència i que no estan entre les anteriors. S'ha exclòs de l'anàlisi la ciutat de Barcelona, que malgrat ser el municipi amb més oferta, no està especialitzat en turisme de sol i platja. Les destinacions seleccionades ordenades per volum de places de major a menor són: Salou (2), Roses (3), Cambrils (4), Calafell (5), El Vendrell (6), Lloret de Mar (7), Castell-Platja d'Aro (8), Blanes (9), L'Escala (10), Vila-seca (11), Sitges (21) i Calella de Mar (23). L'anàlisi dels diferents ritmes de creixement d'aquest tipus d'oferta ha permès determinar tres tipologies de destinacions: expansives, progressives i estacionàries. Utilitzant aquesta classificació, s'ha identificat l'evolució específica dels municipis amb pla d'excel·lència turística i comprovat si la seva trajectòria ha estat similar o diferent a la resta de municipis amb major intensitat turística del litoral català.

### **1. EL COMPORTAMENT TURÍSTIC DEL LITORAL CATALÀ**

L'origen dels espais turístics del litoral català arranxa a començaments del segle passat amb la construcció d'alguns petits hotels, però sobretot de xalets a prop del mar, que servien de residència d'estiueig a famílies benestants catalanes.



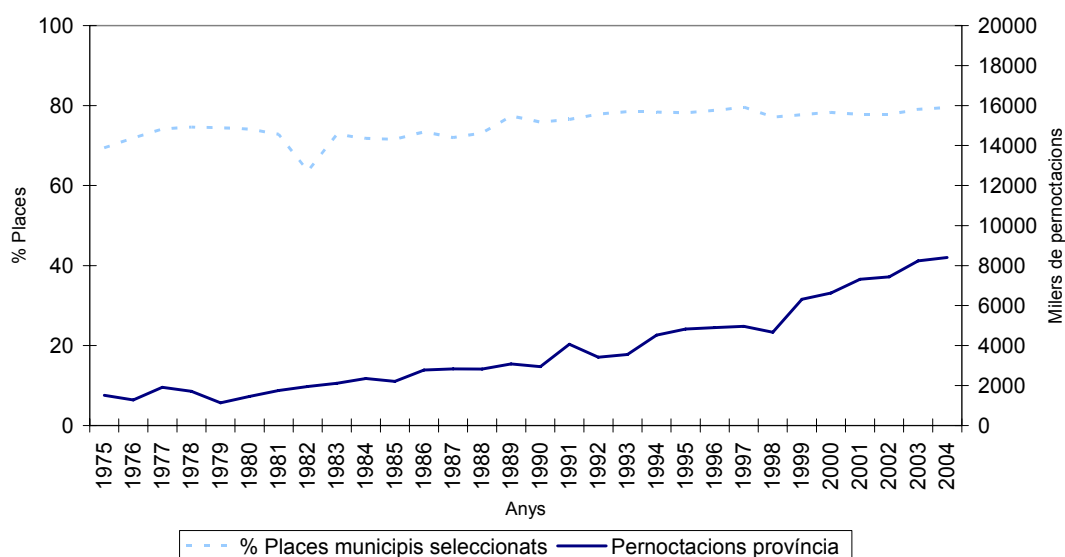
Les primeres pràctiques turístiques al litoral estaven relacionades amb els centres balnearis i amb les virtuts terapèutiques de l'aigua del mar, del sol i del clima marítim, però també acabaren convertint-se en vertaderes pràctiques socials, ja que sovint eren punts de trobada d'artistes, escriptors, polítics, etc. (veure Soler, 1995 i Mundet, 2000). Aquest turisme incipient va ser el punt de partida d'una part de les destinacions de sol i platja actuals, mentre que d'altres directament s'incorporaren al turisme de masses.

És des de mitjans dels segle XX i fins la dècada dels setanta quan tenen lloc les transformacions més significatives, es tracta de la fase de màxima expansió territorial del turisme. La preocupació per la salut, els centres balnearis i els xalets modernistes deixen pas als grans hotels i les nombroses urbanitzacions, sent el sol i la platja la principal motivació. Aquest tipus d'oferta, estandaritzada, homogènia i sense personalitat, es fonamenta en uns preus competitius a l'abast d'una nova i creixent classe mitjana europea. L'aparició dels vols xàrter i els touoperadors contribuïren també a que el turisme acabi convertint-se en un producte de consum massiu.

En aquesta etapa, queda ja definida la importància de les principals destinacions turístiques de sol i platja (major capacitat d'acollida global), representant l'any 1975 més de la meitat de l'oferta hotelera a la província de Girona i Tarragona, així com un terç aproximadament de la de Barcelona. Aquest impacte queda reflectit en les figures 5.1, 5.2 i 5.3 on, a més de representar l'evolució de les pernoctacions hoteleres a escala provincial, s'inclou el pes en nombre de places hoteleres dels municipis seleccionats per províncies. Com a resultat, s'observa a la província de Tarragona que els nuclis de Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils concentren ja l'any 1975 el 70,88%, xifra que es manté estable a l'alça fins al 2004. A la província de Girona, els municipis de Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar i Blanes, agrupen el 57,18% de les places, valor que pateix poques variacions fins al 2004. Finalment, a la província de Barcelona les localitats de Calella de Mar i Sitges (els dos únics municipis dels dotze seleccionats que tot i tenir pla d'excel·lència no es situen entre les deu primeres destinacions catalanes en nombre de places), disposaven l'any 1975 el 30,66% de les places. En aquest cas, el percentatge de participació d'ambdós municipis en la dinàmica provincial no tan sols és menor sinó també decreixent. Aquest fet s'explica per la distorsió ocasionada per la ciutat de Barcelona, que aglutina una

gran part de les places i del creixement turístic de la província, especialment des dels anys 90.

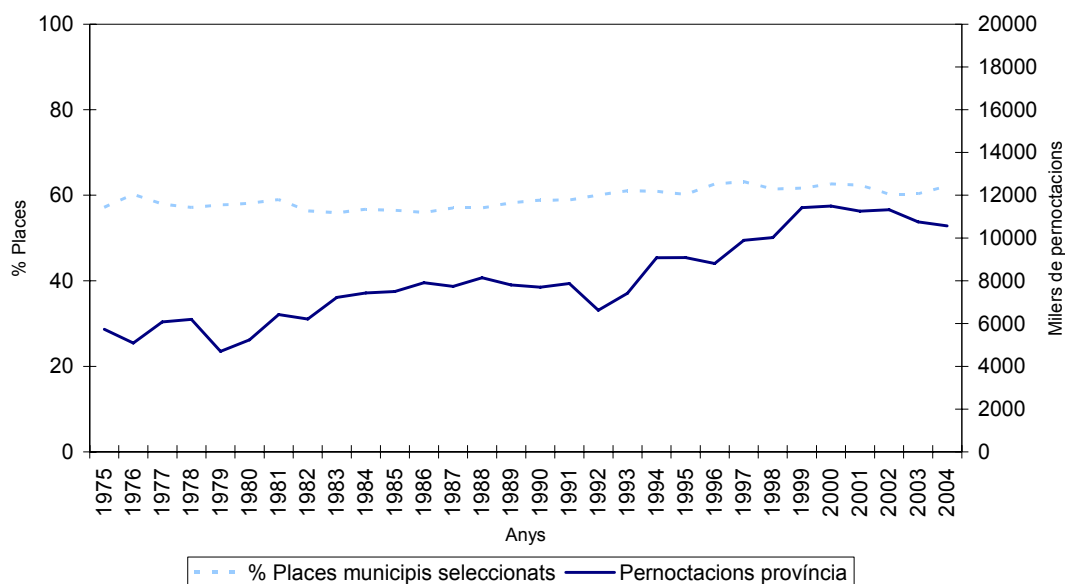
**Figura 5.1 Evolució de les pernoctacions en establiments hotelers a la província de Tarragona i del percentatge de places dels municipis de Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (1975-2004)**



**Font:** Elaboració pròpia a partir de les **Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT)** i de l'**Enquesta de Moviment de Viatgers en Establiments Hotelers o Enquesta d'Ocupació Hotelera (INE)**.

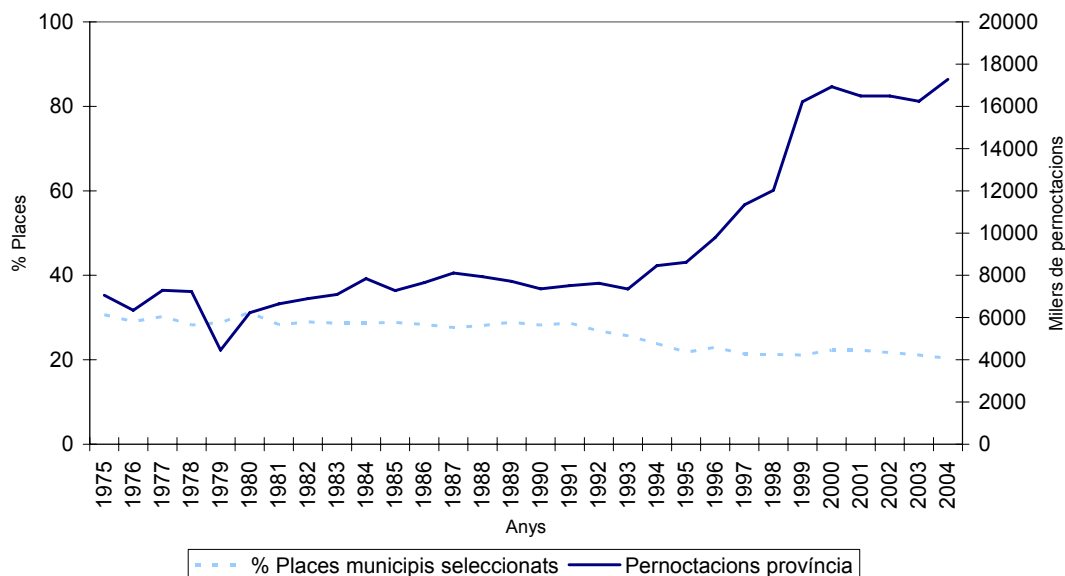
Un cop consolidada la fase d'intens creixement que finalitza a principis dels anys 70, s'observa que la dinàmica entre 1975 i 1979, en plena crisi econòmica internacional, es caracteritza per l'estancament i davallada de les pernoctacions hoteleres, més accentuada en les províncies de Barcelona i Girona, que a Tarragona (veure figura 5.1, 5.2 i 5.3). Posteriorment, del 1980 i fins al 1987 s'inicià una fase de reactivació del fenomen turístic, que es va concretar en un increment substancial de les pernoctacions a Girona, Barcelona i en menor mesura a Tarragona. Aquesta millora s'explica per la contenció dels preus dels serveis turístics respecte d'altres destinacions de la Mediterrània. A partir del 1988 i fins al 1992 s'enceta de nou una etapa de crisi, aquesta vegada de caràcter estructural, el problema es focalitza en el propi model de sol i platja, que no s'adapta als canvis del mercat. Aquesta situació condueix a una pèrdua del nombre de pernoctacions en les províncies de Barcelona i sobretot la de Girona, més saturades i amb una evolució de l'oferta hotelera estancada, mentre que la província de Tarragona, es troba en un període d'expansió de la destinació.

**Figura 5.2 Evolució de les pernoctacions en establiments hotelers a la província de Girona i del percentatge de places dels municipis de Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar i Blanes (1975- 2004)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT) i de l'Enquesta de Moviment de Viatgers en Establiments Hotelers o Enquesta d'Ocupació Hotelera (INE).

**Figura 5.3 Evolució de les pernoctacions en establiments hotelers a la província de Barcelona i del percentatge de places dels municipis de Calella de Mar i Sitges (1975- 2004)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT) i de l'Enquesta de Moviment de Viatgers en Establiments Hotelers o Enquesta d'Ocupació Hotelera (INE).

Front aquesta situació de saturació i crisi, les destinacions que no van voler perdre el seu atractiu començaren a implantar diferents estratègies de reestructuració. La renovació de la planta hotelera, la millora de l'espai urbà, la creació d'infraestructures i serveis complementaris (camps de golf, parcs temàtics, ports esportius, etc.) i la revalorització del patrimoni natural i cultural foren les estratègies més comuns. Aquest esforç unit a una conjuntura general favorable (devaluacions de la pesseta, bonança econòmica a Europa i la inestabilitat geopolítica a les destinacions emergents del Mediterrani) van comportar una nova etapa expansiva. Durant el període 1993-1999 es registraren rècords en el volum de pernoctacions (amb una elevada concentració del turisme estranger, veure quadre 5.1), especialment a la província de Barcelona. L'explicació és la dinàmica altament positiva estretament lligada a la ciutat de Barcelona, la qual des dels Jocs Olímpics del 1992 es va donar a conèixer a nivell internacional, convertint-se en una de les destinacions turístiques més importants d'Europa. En segona posició en quant a creixement en el nombre de pernoctacions es va situar la província de Girona, degut a que la Costa Brava tradicionalment ha estat la destinació preferida pels turistes estrangers. Mentre que la província de Tarragona presentà un augment inferior per tenir una proporció de turistes estrangers menor.

**Quadre 5.1 Proporció de pernoctacions en establiments hotelers a les províncies de Tarragona, Barcelona i Girona (1993-1999), en funció de la seva procedència**

	1993 (%)	1999 (%)
<b>TARRAGONA</b>		
Espanyols	51,20	39,45
Estrangers	48,80	60,55
<b>BARCELONA</b>		
Espanyols	35,62	31,18
Estrangers	64,38	68,82
<b>GIRONA</b>		
Espanyols	29,07	25,08
Estrangers	70,93	74,92

**Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta de Moviment de Viatgers en Establiments Hotelers o Enquesta d' Ocupació Hotelera (INE).**

L'any 2000 es detectà una relentització de l'activitat turística, inici d'un nou procés de decreixement. Durant el període 2000-2004 es produí una pèrdua en







el nombre de pernотacions en aquelles províncies amb una major dependència del turisme estranger (Barcelona i Girona). Aquests resultats es deuen a la combinació de diversos factors:

- Creixement accelerat de les destinacions competidores en turisme de sol i platja del Mediterrani (sobretot els Balcans i Turquia), després d'anys de conflictes bèl·lics i polítics.
- Desapareixen les devaluacions de la pesseta que mantenien o milloraven la competitivitat de les destinacions.
- Refredament de les economies en alguns dels principals mercats emissors (Alemanya i Gran Bretanya).
- El model no acaba d'adaptar-se als canvis d'hàbits vacacionals del turista, el qual demanda més qualitat en els serveis i diversificació del producte.

La província de Tarragona es troba al marge d'aquesta tendència de descens, comprensible per la dinàmica positiva que genera el parc temàtic Port Aventura en el sector central de la Costa Daurada.

**Quadre 5.2 Esquema del comportament tendencial de les pernотacions en establiments hotelers per a les províncies de Tarragona, Barcelona i Girona**

	1975-1979	1980-1987	1988-1992	1993-1999	2000-2004
Tarragona	Orange	Light Green	Light Green	Dark Green	Dark Green
Barcelona	Dark Red	Light Green	Orange	Dark Green	Light Green
Girona	Red	Dark Green	Red	Dark Green	Red

TENDÈNCIES DE CREIXEMENT DE LES PERNOTACIONS EN ESTABLIMENTS HOTELERS	
	Molt negativa ( $\beta \leq -300.000$ )
	Lleugerament positiva ( $0 \leq \beta < 100.000$ )
	Negativa ( $-300.000 \leq \beta < -100.000$ )
	Positiva ( $100.000 \leq \beta < 300.000$ )
	Lleugerament negativa ( $-100.000 \leq \beta < 0$ )
	Molt positiva ( $\beta \geq 300.000$ )

**Font:** Elaboració pròpia a partir de la Enquesta de Moviment de Viatgers en Establiments Hotelers o Enquesta d'Ocupació Hotelera (INE).

Si s'analitza per períodes s'identifica l'existència de cinc fases (veure quadre 5.2) en l'evolució del cicle turístic de les províncies litorals catalanes, posteriors a la

primera etapa d'expansió i fort creixement (període 1960-1974). Una fase de recessió conjuntural entre el 1975-1979; un segon període expansiu entre 1980-1987; de nou una etapa de d'estancament i crisi, entre els anys 1988-1992, aquesta vegada de caràcter estructural, excepte la província de Tarragona que continua el seu cicle de creixement; una tercera fase de desenvolupament entre 1993-1999, ultrapassant durant aquests anys les xifres màximes del finals del període 1980-1987; i per últim des de l'any 2000 fins al 2004 es manifesta una nova etapa d'estancament per a la província de Girona, un relentiment a Barcelona i una permanència de la tendència positiva a la província de Tarragona.

Per a l'anàlisi i comparació de les dades per períodes s'ha utilitzat el valor numèric de la  $\beta$ , que expressa la recta de la pendent que ajusta les dades relatives a cada any.

## **2. L'EVOLUCIÓ DE LES PRINCIPALS DESTINACIONS LITORALS CATALANES EN FUNCIÓ DE L'OFERTA**

El procés de desenvolupament turístic assenyalat en l'apartat anterior es completa a continuació amb una anàlisi detallada de l'evolució de la capacitat d'acollida de les dotze destinacions seleccionades. En tots els casos es tracta, com ja s'ha apuntat, de municipis funcionalment turístics, però amb formes d'implantació contrastades. En relació al tipus d'allotjament, es troben destinacions basades en formes d'ocupació extensives (segones residències i càmpings) tals com l'Escala i Blanes, caracteritzades per la seva especialització en turisme vacacional o residencial; mentre que d'altres han primat la planta hotelera, són els casos de Lloret de Mar, Calella de Mar, i en menor mesura Sitges i El Vendrell. El caràcter de les destinacions guanya en complexitat quan es combinen ambdues modalitats, tal com succeeix a Castell-Platja d'Aro i Calafell (municipis especialitzats en turisme residencial amb cert component hotelier), però sobretot als nuclis de Roses, Vila-seca, Salou i Cambrils, identificats com a d'especialització turístico-residencial, per la seva concentració i diversitat d'oferta d'allotjament.

**Quadre 5.3 Destinacions litorals catalanes seleccionades en funció de l'especialització funcional, de la seva capacitat d'acollida i de la tinença de pla d'excel·lència turística**

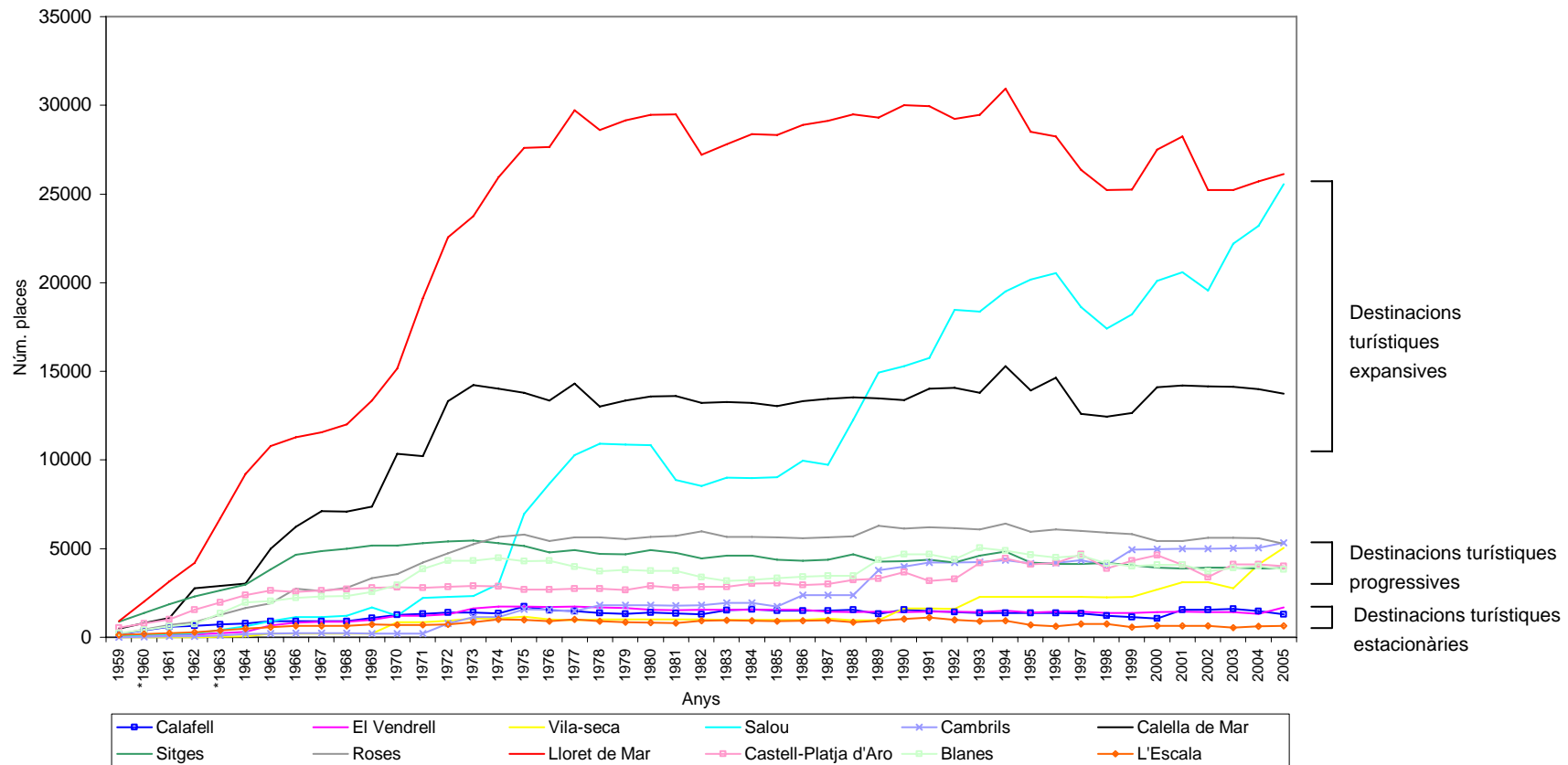
Tipologia de municipis litorals	Capacitat d'acollida (oferta reglada i no reglada) + municipis amb pla
Especialitzats en Turisme Residencial (B)	L'Escala Blanes
Especialitzats en Turisme Residencial amb Component Hotel·ler (C)	Castell-Platja d'Aro Calafell
Moderada Especialització Hotel·lera (D)	<b>Sitges</b> <b>El Vendrell</b>
Especialitzats en Turisme Hotel·ler (E)	<b>Lloret de Mar</b> <b>Calella de Mar</b>
Especialització Turístico-Residencial (F)	<b>Roses</b>
	Vila-seca
	<b>Salou</b> <b>Cambrils</b>

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.

Un cop determinades les principals destinacions litorals catalanes i amb la finalitat d'analitzar la seva evolució, s'ha utilitzat l'estructura del cicle de vida de Butler (1980), aplicada a l'oferta hotel·lera. A diferència del model de Butler, que es recolza en el nombre de visitants, es pretén caracteritzar el comportament de les destinacions en base a les places hotel·leres, ja que aquesta dada és l'única que permet estudiar la dinàmica en la seva totalitat i amb una freqüència anual. En funció de la forma que adopta, es distingeixen tres classes de destinacions: ràpid creixement (expansives), de creixement moderat (progressives) i de reduït creixement (estacionàries), veure figura 5.4.

**Figura 5.4 Evolució de les places hoteleres a Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Blanes, Calella de Mar, Sitges, Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (1959-2005)**



\* Valor estimat.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).



També s'ha de considerar, a l'hora de valorar l'evolució turística de les destinacions, el fenomen de l'habitatge vacacional. L'habitatge de potencial ús turístic<sup>1</sup> ha tingut un paper destacat en la configuració dels espais turístics, adquirint una preeminència absoluta respecte d'altres formes d'allotjament. Mentre que el sector hotelier ha passat per fases successives d'expansió, desacceleració i fins i tot regressió, l'oferta d'habitatges de potencial ús turístic ha registrat un creixement continuat. Tal com s'observa en les figures 5.5 i 5.6, destaquen per l'elevat nombre d'habitatges vacacionals (superior a 12.000) i la seva important dinàmica de creixement, les destinacions de Vila-seca i Salou<sup>2</sup>, Roses, Calafell, El Vendrell i Cambrils. Amb valors inferiors a 12.000 habitatges vacacionals, es situen els municipis de L'Escala, Calella, Blanes, Sitges i Vila-seca que presenten una moderada tendència alcista; tret de Castell-Platja d'Aro i Lloret que perden habitatges però només en el període 1991-2001.

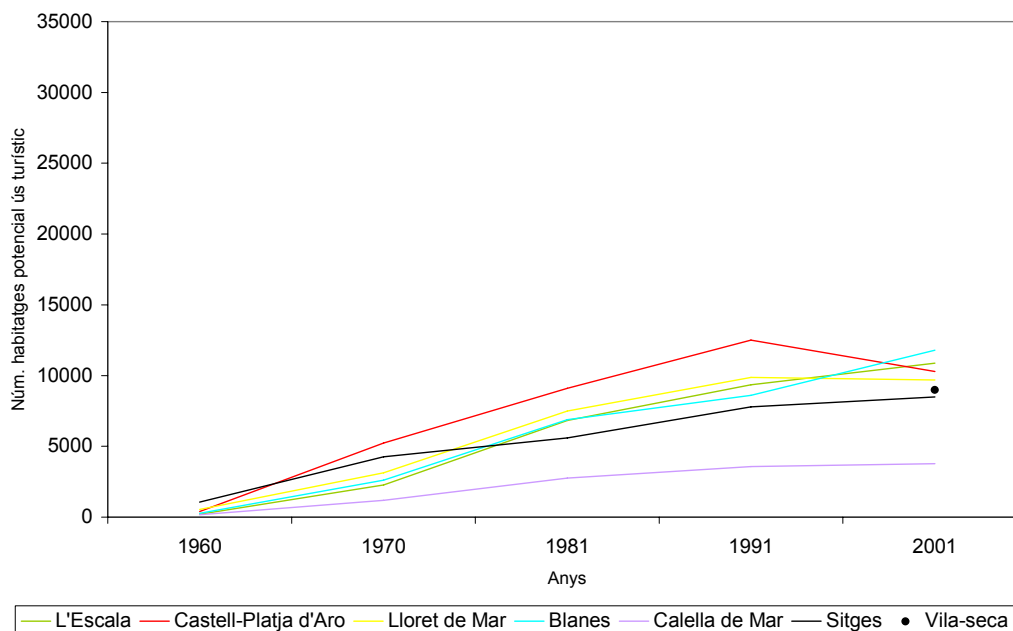
La variable d'habitatges no principals tan sols està disponible amb una periodicitat decennal, a partir dels Censos de Població i Habitatges, però és de gran utilitat per entendre el desenvolupament turístic del litoral català.

---

<sup>1</sup> La fluctuació poblacional que caracteritza els espais turístics provoca que no es localitzin tots els propietaris dels pisos en el moment de complimentar el cens, fet que comporta que es cataloguin residències secundàries com a habitatges vacants. En aquest sentit, s'han detectat diversos exemples de sobredimensionament de l'habitatge vacant en el cens del 1981, en concret en el municipi de Castell Platja d'Aro registrava tan sols 1.095 habitatges secundaris, mentre que disposava de 7.999 vacants; Calella presentava 1.230 secundaris i 1.534 vacants; i Cambrils disposava de 5.758 secundaris i 3.194 de vacants. Per aquesta raó, es determinarà habitatge de potencial ús turístic com a habitatge no principal (secundari, vacant i altres).

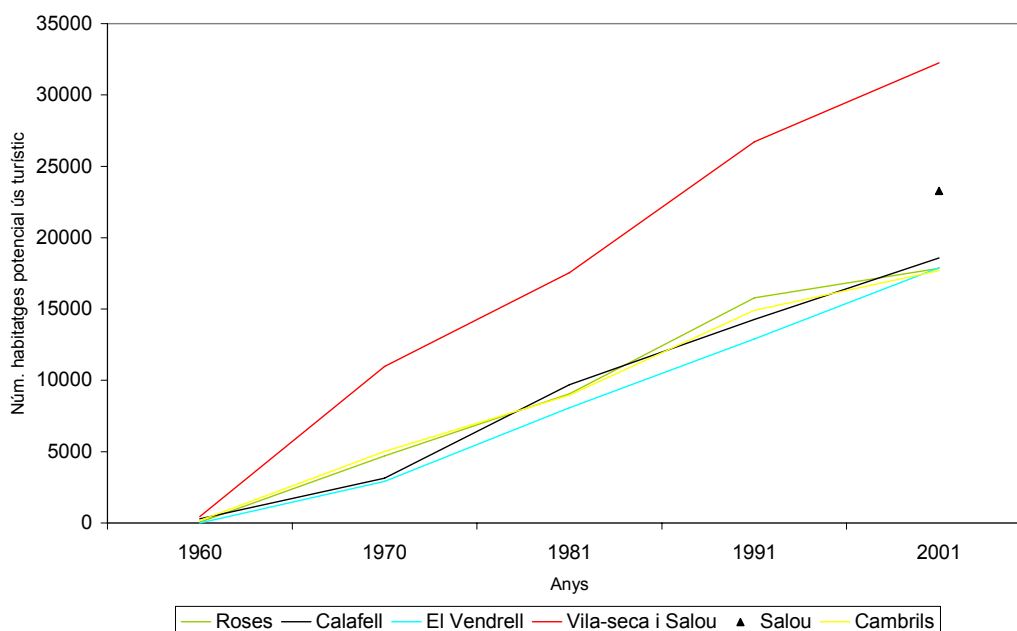
<sup>2</sup> Les poblacions de Vila-seca i Salou formaven part del mateix municipi fins el 1989, aquesta circumstància obliga a que s'hagi de tractar de forma conjunta l'estadística d'habitatges. De totes maneres, s'ha indicat per l'any 2001 les dades desagregades.

**Figura 5.5 Evolució del nombre d'habitatges de potencial ús turístic a L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Blanes, Calella de Mar, Sitges i Vila-seca (< 12.000 habitatges de potencial ús turístic)**



Font: Elaboració pròpia a partir dels Censos de Població i Habitatge (INE).

**Figura 5.6 Evolució del nombre d'habitatges de potencial ús turístic a Roses, Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils (> 12.000 habitatges de potencial ús turístic)**



Font: Elaboració pròpia a partir dels Censos de Població i Habitatge (INE).

## 2.1 Destinacions turístiques expansives

Aquest grup comprèn els municipis de Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou, destinacions que presenten un desenvolupament inicial més potent, consolidant-se com els grans centres turístics del litoral català per la seva destacada capacitat hotelera. Coincideix que totes tres destinacions han implantat un pla d'excel·lència turística.

Els precedents del turisme en les tres localitats cal cercar-los en el primer terç del segle XX. Els primers estiujants de Lloret de Mar, majoritàriament procedents de Barcelona i Girona, aprofitaven les velles cases de pescadors com a forma d'allotjament o bé edificaren torres d'estiuig al llarg del passeig de mar i en zones privilegiades (Sa Caleta). Personalitats del món de la cultura i de l'art com el poeta Josep Carner i els pintors Joan LLaverias, Josep de Togores i Josep Amat passaren alguns estius en aquesta localitat. És significatiu d'aquesta primera activitat turística la creació el 1932 del Sindicat de Turisme (veure Domènech, 1992).

**Figura 5.7** Platja de Lloret (principis del segle XX)



**Font:** Domènech (1992).

A Calella de Mar la tradició hotelera es remunta als segles XVIII i XIX, aquesta població disposava ja d'alguns hostals, com la Fonda la Granota, Fonda la Marina o la Fonda d'Europa, per ser parada obligada de diligències entre la ciutat de Barcelona i Girona. Tanmateix, les primeres temptatives de turisme no es donen fins a principis del segle XX, protagonitzades per unes poques famílies burgeses procedents de Barcelona, que disposaven normalment de casa pròpia

per anar a passar uns mesos a l'estiu. Eren estiuejants atrets per les platges i els seus banys, el passeig de mar i el parc Dalmau (Ten, 2004). Can Macaya, Can Cuadras i Can Bellester són testimoni d'aquest tipus de residència destinada a casa d'estiu, construïdes entre finals del segle XIX i inicis del XX.

**Figura 5.8 Primers turistes a la Platja Gran de Calella de Mar (principis del segle XX)**



Font: Ten (2004).

Salou és un dels centres d'estiueig tradicional de la costa catalana, va ser freqüentat amb finalitats turístiques per persones procedents de les rodalies des del segle XIX, fonamentalment de Reus. L'establiment del Carrilet (1887), línia de tramvia entre Reus i Salou, en va facilitar l'accés. Una mostra d'aquesta activitat turística primigènica és l'edificació de luxosos xalets, situats en l'entorn de l'actual passeig Jaume I, com: els xalets de Pujades, Bonet, Villa Enriqueta, Torremar, Ntra. Sra. Verge de la Pineda, Vil·la Rosa, Jaume I 7 i Jaume I 8. El més característic és el xalet modernista Bonet (veure figura 5.9) dissenyat per l'arquitecte Domènech i Sugranyes, col·laborador de Gaudí. A més de l'edifici Sol i Mar (1925), el primer bloc d'apartaments turístics de la localitat.

**Figura 5.9** Xalet Bonet, Salou (principis del segle XX)



**Font:** Catàleg de Béns Protegits del POUM Salou (2003).

Lloret, Calella i Salou es trobaven en aquells anys en la fase d'exploració, que es caracteritza per rebre un nombre petit de turistes, que organitzen el viatge individualment, atrets per les característiques naturals i culturals. El turisme té una mínima afectació tant en l'economia i societat com en el medi físic i urbà, no hi ha gairebé equipaments turístics específics.

A mesura que els visitants assumeixen una determinada regularitat (es crea la temporada turística) els residents comencen a facilitar béns i serveis primaris als turistes, iniciant la fase d'implicació. Es defineix un mercat turístic elemental i es fan les primeres accions en organització d'infraestructures. Per tant, esdevé una etapa de transició entre el turisme individual i el turisme de masses, que correspon a la situació de Lloret i Calella en la dècada dels cinquanta (el 1959 Lloret comptava amb 904 places entre hotels i pensions i Calella 498). Mentre que a Salou aquesta fase es configura ja ben avançada la dècada dels seixanta, el 1959 la localitat tan sols disposava de 98 places d'allotjament hotelier (Hotel la Terraza i l'Hotel Planas) i no és fins el 1965 que aconsegueix superar les mil places (veure figura 5.10). Durant aquest període s'obren en general establiments de petites dimensions, com l'Hotel Mónaco, Salou Park (l'únic amb més de 100 habitacions) Sol d'Or, Picnic, El Recó, Bona Estada, i les pensions Bertomeu Hijo, Bungalows Camping, Casablanca, Astell, La Pilarica, LLurba, Montsant, Montecarlo i Salou.

L'etapa d'implicació ve precedida per la de desenvolupament, moment en que ja es defineix clarament una àrea turística. Pel que fa a Lloret i Calella, la construcció de l'espai turístic s'ha basat tradicionalment en l'oferta hotelera, en canvi a Salou es va optar inicialment per l'ocupació intensiva del sòl en forma d'habitatges vacacionals.

El període de major desenvolupament a Lloret es produí entre 1960 i 1975, en quinze anys es passa de 2.025 places hoteleres a 27.590, que suposa una taxa de creixement del 19,02%. Respecte a la seva composició, l'any 1961 es concentraven en la categoria mitjana-baixa, pensions i hotels d'una i dues estrelles, el 63,25% de l'oferta, fins arribar a un 71,34% al 1975 (sent el màxim al 1972, amb un 80,73%). Paral·lelament, a partir del Pla General d'Ordenació Urbana del 1957 i el posterior del 1966, es van aprovar bona part de les urbanitzacions existents avui al municipi, distribuïdes tant en la línia de costa com en les muntanyes de l'entorn, de les quals s'han dedicat a ús turístic: Serra Brava, Riviera, Font de Sant Llorenç, Roca Grossa, Puig d'en Pla, Sepulcre Romà, Vinya de Rosa, Lloret de Dalt, Llorers, Tortuga, Coll de Llop, Canyelles, Montgoda, Llevantina, Suro Gros, Corona de Santa Cristina, Can Coll d'Hort, Fenals, Soleia, Costa d'en Gallina, Condado de Jaruco, Papalús, Lloret Blau, Lloret Verd, Sant Quirze, Monterrey, Creu de Lloret, Pinars i Mont Lloret. La dinàmica vacacional de l'etapa 1960-70 es tradueix en un augment del 19,22% del parc d'habitatges de potencial ús turístic, el més important experimentat.

Calella va tenir un creixement més moderat que Lloret, passà de 797 places l'any 1960 a 13.317 l'any 1972, amb certs períodes d'estancament (1962-1964; 1968-1969 i 1970-71). També presenta una fase expansiva (1960-1972) de menor durada que la de Lloret, si bé de major intensitat, amb una taxa del 26,45% explicable per partir de valors més baixos. Tradicionalment la planta hotelera de Calella havia estat localitzada en el centre urbà, però aquesta tendència canvia en la dècada dels seixanta, produint-se un procés de construcció poc planificat d'hotels en la zona limitada entre el Passeig de les Roques i la Riera de Capaspre (per sota i per damunt de la N-II). L'anàlisi de l'oferta hotelera existent indica un gran predomini de la categoria mitjana-baixa, que representaven el 75% al 1961 i deu anys més tard arribaren a significar el 90,16% sobre el total. Aquesta oferta es va complementar amb apartaments turístics i en menor

mesura amb càmpings. Respecte al volum d'apartaments turístics comercialitzats a finals dels seixanta, era aproximadament d'un centenar, conformats per els Apartaments Cedi, Codina, Gaviota, Toyca i Las Vegas (Ten, 2003). Als que s'havien de sumar els habitatges de potencial ús turístic, que aconseguiren durant aquests anys l'increment més destacat, del 21,73%.

El boom del turisme a Salou va venir de la mà de la construcció massiva d'habitatges vacacionals durant els anys seixanta i setanta. Fenomen que es materialitza en una elevada taxa de creixement de l'oferta d'habitatges de potencial ús turístic, del 38,18% entre 1960-70, i en menor intensitat amb un 4,37% entre 1970-1981 (els valors corresponen al conjunt de Salou i Vila-seca). La primera iniciativa fou la urbanització de l'eixample de Llevant, coneguda per Salou Mediterráneo (1958). Més endavant, amb la redacció del Pla General d'Ordenació Urbana de Vila-seca i Salou del 1963 es van desprendre tot un seguit d'operacions aprovades per diferents plans parcials: Pinosmar (1961); Dunamar i Zona Estival (1965); Mirador de Salou i Urbanització Propamar (1966); Colina del Sol i Port Pirata (1968); Xalets de Salou (1969); Platja dels Capellans (1970); Nostra Senyora de Núria i Vilalta (1972); i Covamar (1973), conformant sectors urbans mancats de criteris ordenadors (Anton,1997). La major part d'aquestes urbanitzacions foren construïdes en un àmbit d'elevat valor natural i paisatgístic, el Cap Salou, el qual patí una important degradació. Tanmateix, a principis dels anys setanta comença a configurar-se la indústria hotelera, gràcies a inversions procedents d'empresaris del Maresme i de la Costa Brava (espais on el turisme internacional hotelier s'havia desenvolupat més aviat per qüestions de proximitat als principals països emissors). Entre 1973 i 1976 la intensitat de creixement de les places hoteleres fou espectacular, registrant una taxa del 55,10%, però sense superar els valors absoluts de Calella i de Lloret. Durant aquests anys s'incorporaren diversos hotels de grans dimensions, l'any 1975 s'inauguraren el Jaume I (450 habitacions), Negresco (299), Venecia Park (260), Molinos Park (236) San Francisco (225), Vista Playa (211) i Oasis Park (390). Dinàmica que continuà el 1976 amb l'Hotel Cala Font (318 habitacions), Cap Salou (325) i Ancora (252). Es tractava d'establiments de categoria mitjana (tres estrelles), mitjana-baixa (hotels d'una i dues estrelles), oferint una oferta més equilibrada a diferència de Calella i Lloret, on predominava la de baix valor afegit.

Aquest període es coneix com l'estadi de desenvolupament, caracteritzat per tot un seguit d'efectes, tant sobre la pròpia activitat com en altres sectors productius, la població i el territori d'aquestes destinacions:

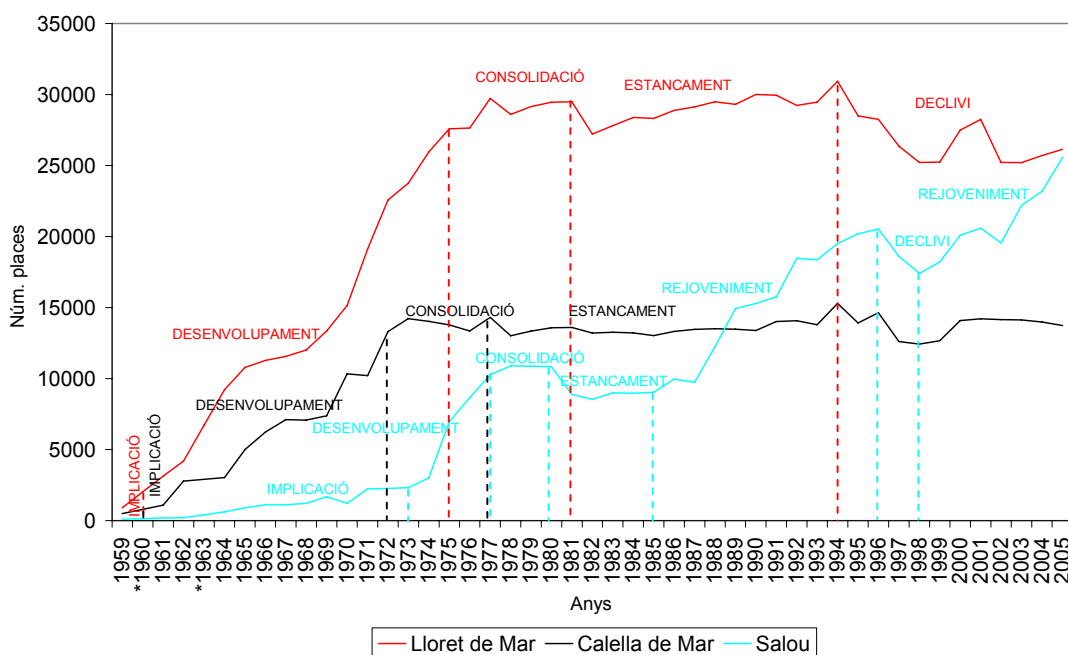
- Pèrdua de control del fenomen turístic per part de la població autòctona amb l'entrada en joc dels touoperadors, que es convertiren en els organitzadors d'aquest nou turisme de masses. Els majoristes de viatges garantien una ocupació regular i ajudaven a finançar la construcció de nous establiments, per contrapartida hi havia una important dependència del turisme envers els inversors forans.
- Els equipaments inicials foren reemplaçats per establiments més grans que s'adaptaven millor a les exigències de funcionament dels touoperadors. La mitjana de places per hotel a Lloret passa de les 75 l'any 1960 a 133,93 l'any 1975. A Calella també augmentaren, passant de 40,6 l'any 1960 a 124,5 el 1975. Però l'increment més alt es produí a Salou, que de 105,59 places de mitjana per hotel l'any 1973 s'arribaren a les 263,3 el 1976.
- Abandonament de les activitats primàries tradicionals en benefici del turisme.
- Esdevingueren centres receptors de fluxos migratoris degut a que la població local no podia cobrir la gran quantitat de llocs de treball generats per la construcció i serveis vinculats al turisme.
- Transformació paisatgística, la superfície conreada i els espais naturals que van ser substituïts per l'edificació.

Superat el període de forta expansió i en un context de crisi econòmica internacional, la taxa d'increment en el nombre de places hoteleres comença a relentitzar-se, és l'etapa de consolidació. La destinació més afectada per aquesta tendència fou Salou que passà d'un creixement del 55,10% (1973-1976) al 1,81% (1977-1980). En segon lloc es troba Calella, amb una caiguda del 26,45% (1960-1972) al 0,15% (1973-1977). Mentre que a Lloret, la baixada va ser inferior, del 19,02% (1960-1975) al 1,29% (1976-1981). En aquesta etapa el turisme es converteix en el motor principal de l'economia d'aquests espais.



El màrqueting i la publicitat dediquen importants esforços per atraure mercats més llunyans i per allargar la durada de l'estança. Paral·lelament sorgeixen determinades oposicions per part de la població no involucrada en l'activitat, atès que veuen perjudicades les seves condicions de vida (saturació dels serveis urbans en temporada alta, dificultats a l'hora d'accedir a un habitatge per l'increment dels preus del sòl, alteració del paisatge, etc.).

**Figura 5.10 Evolució de les destinacions turístiques de Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)**



\* Valor estimat.

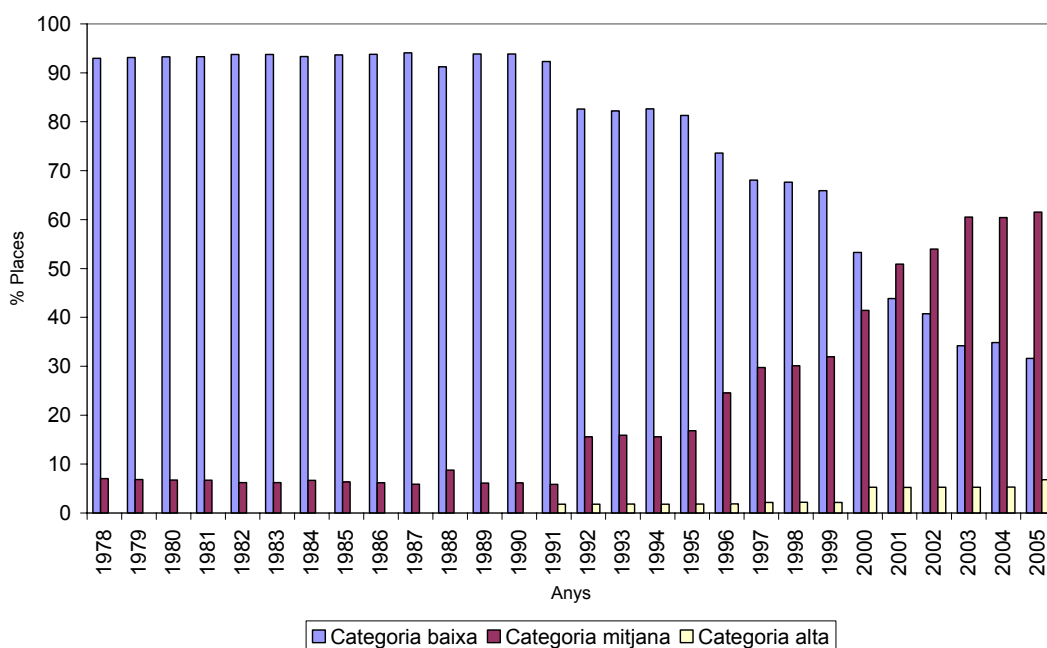
Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

L'estadi de consolidació ve seguit pel període d'estancament, moment en que s'assoleix el nombre màxim de places hoteleres. La destinació té una imatge reconeguda però deixa d'estar de moda, amb la qual cosa depèn més de la repetició de visitants que en la captació de nous. Apareixen problemes de sobreoferta de llits, sent cada vegada més difícil mantenir el nivell de visitants. A més, la destinació perd la capacitat d'atracció fonamentada en els seus recursos naturals i culturals. En definitiva, els nivells òptims de capacitat de càrrega social, econòmica i ambiental han estat excedits. Aquesta etapa a Lloret comprèn el període 1981-1994; a Calella del 1977 fins a l'actualitat; i Salou del 1980 el 1987. L'oferta hotelera durant aquests anys té un mínim creixement (1.441 places a

Lloret) i fins i tot una lleugera disminució (1.100 places a Salou i 931 a Calella). A la manca de noves places hoteleres s'uneix la poca inversió en la remodelació i modernització dels establiments, provocada per la pèrdua de la rendibilitat del producte turístic davant l'augment dels costos de producció (efecte de la crisi del petroli 1979).

Un cop arribats a l'estadi d'estancament les destinacions poden derivar-se en diferents direccions, que van des del declivi al rejuveniment. Tenint en compte el nombre de places hoteleres com a variable, Calella s'ha mantingut en una fase d'estancament des de l'any 1978. No obstant, aquesta destinació ha emprès iniciatives remarcables per a reestructurar l'oferta d'allotjament hotelera (veure figura 5.11). Des de mitjans de la dècada dels noranta s'han reduït el nombre de places de categoria baixa, sobretot d'hotels d'una i dues estrelles, ja sigui per tancament d'aquells establiments més petits i obsolets com per la reclassificació de la seva categoria cap a nivells entremitjos, fins arribar actualment a representar menys d'una tercera part sobre el total (31,62%, l'any 2005). Aquest procés s'ha vist complementat amb l'obertura d'hotels de quatre estrelles, el Bernat II amb 137 habitacions (1991) i la reclassificació de l'Amaika amb 236 habitacions (2000).

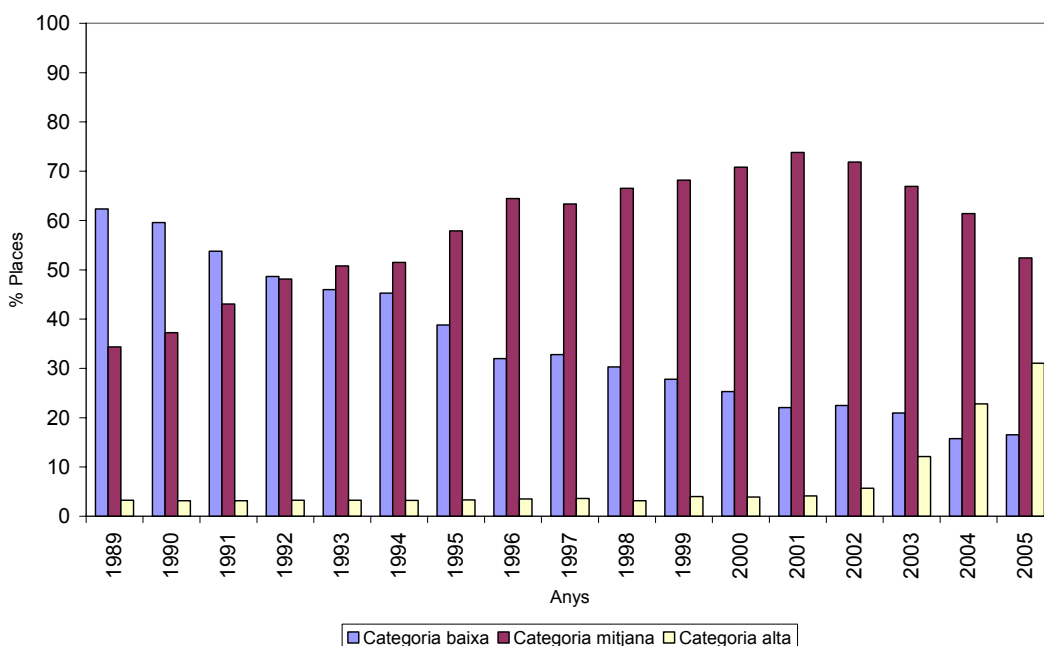
**Figura 5.11 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Calella de Mar (1978-2005)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Si es pren com a indicador de mesura el nombre de places hoteleres, Lloret es troba en una fase de declivi des del 1995 fins a l'actualitat. Una destinació en aquesta etapa deixa de ser una estació per passar les vacances i es converteix en un lloc de cap de setmana i per a excursions d'un dia. Tanmateix, aquesta situació no s'ajusta ni molt menys a la realitat turística de Lloret, on des de principis dels anys noranta s'han endegat estratègies per a mantenir l'activitat turística i aconseguir una major eficàcia del model. La substitució i modernització de la seva planta hotelera n'és un clar exemple, ja des de la dècada dels noranta Lloret de Mar inicia un procés de reestructuració fonamentat en la pèrdua de places de baixa categoria a favor de les de categoria mitjana. Tal com s'observa en la figura 5.12, la destinació concentrava en el 1990, més del 50% del total de places hoteleres en pensions i hotels d'una i dues estrelles, deu anys més tard el percentatge s'havia reduït fins a representar tan sols una quarta part del cens hoteler. En els darrers anys, aquest procés s'ha intensificat amb l'augment de places de la banda superior de la qualitat hotelera (hotels de quatre i cinc estrelles), en gran mesura per la reclassificació d'hotels de tres a quatre estrelles com va succeir el 2002 amb el Fenals Garden Center; al 2004 amb els Hotels Marsol i Oasis Park; i al 2005 amb l'Acacias, Anable, Augusta Club, Metropol, Olympic Garden, Olympic Park, Rosamar Marítim i Rosamar Garden Resort. Menys freqüents són els establiments que d'una estrella van passar a quatre com el Miramar (2001), o dues a quatre estrelles són els casos de l'Aquarium, Royal Beach i Royal Star (2003). Per altra banda, cal afegir la inauguració de dos hotels dins aquesta categoria alta, l'Hotel Vila del Mar (2000) i l'Olympic Suites (2005).

**Figura 5.12 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Lloret de Mar (1989-2005)**



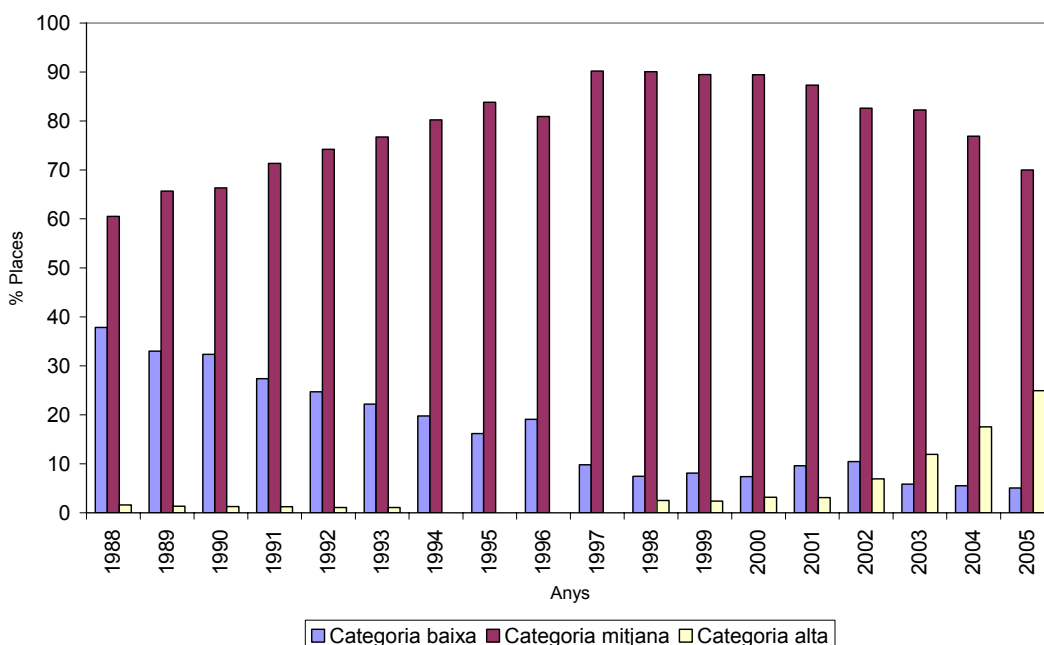
**Font:** Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Salou a diferència de les altres dues destinacions (Lloret i Calella), després de l'etapa d'estancament inicia una primera fase de rejuveniment, d'una durada de vuit anys (1988-1996). Les expectatives de negoci generades per la incorporació d'un nou atractiu, el parc temàtic Port Aventura, unit a les actuacions de millora del paisatge urbà (remodelació del Passeig Jaume I i del passeig de Miramar, ordenació de la Platja de Llevant) i de dotació d'infraestructures i serveis bàsics, van crear un ambient favorable per a la construcció de nous hotels. Durant aquest període es van obrir 15 establiments, entre els que es troben els hotels Caspel, Eurosalou, Marinada, Mediterráneo, Port Salou Park (1989); l'Olympus Palace (1990); Belverde, Salou Suite (1991); Da Vinci, Regente Aragón (1992); Blaumar, Villamarina Club (1994); i Playa de Oro Park (1996), tots de categoria mitjana, tret del Marinada (de dues estrelles, 1989) i el Niza (d'una estrella, 1989). Dinamisme que es traduí en una taxa de creixement del 6,66% i en un increment de l'oferta hotelera de més de 8.000 places (de les 12.259 places del 1988 es passà a les 20.540 del 1996).

En els anys 1997 i 1998 Salou entra en una fase de declivi, vinculada a la crisi econòmica internacional de finals dels noranta. En aquest curt període de temps es detecten pèrdues provocades pel tancament de determinats hotels com el

Salou Paradise (1997) i la pensió Tolosa (1997), o bé per una desaparició temporal d'hotels com el Cala Font (1998) i el Calypso (1998). Aquesta certa inestabilitat és superada per una segona fase de rejuveniment, que s'inicià en el 1999 i s'ha mantingut fins a l'actualitat. És una etapa caracteritzada pel creixement en el nombre de places de categoria alta, del 2,39% l'any 1999 passa a representar una quarta part de les places en el 2005 (veure figura 5.13). Dinàmica estretament vinculada a les potencialitats d'atraure un turista de major poder adquisitiu, gràcies al pla d'expansió del parc temàtic de Port Aventura. Aquest pla va començar el 2002 amb els hotels Port Aventura i el Paso (quatre estrelles), continuà en el 2003 amb l'Hotel Caribe Resort (quatre estrelles), la construcció del Carrer Pla de Maset i el passeig marítim de la Platja Llarga, en el 2005 el Beach Club i no finalitzarà fins al 2009, amb els camps de golf i la zona residencial. La creació d'una hoteleria d'alt valor afegit al complex Port Aventura ha afavorit l'atracció d'inversions en una oferta similar a Salou, mitjançant l'obertura dels hotels de quatre estrelles, H10 Salauris Palace i el Regina Gran Hotel (2003); Sol Piràmide Salou (2004); el Sol Costa Daurada (2005), si bé també es produí la reclassificació de dos hotels de tres a quatre estrelles (Occidental Blau Mar i el Regente Aragón, 2005).

Figura 5.13 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Salou (1988-2005)



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

## 2.2 Destinacions turístiques progressives

Aquest grup està conformat pels municipis de Roses, Castell-Platja d'Aro, Blanes, Sitges, Cambrils i Vila-seca, destinacions caracteritzades per presentar un desenvolupament hotel·ler més moderat (individualment no superen les 6.500 places) i regular que les destinacions expansives. Entre ells la meitat dels nuclis, Roses, Sitges i Cambrils, han implantat un pla d'excel·lència turística en la seva localitat.

Les primeres pràctiques turístiques a Roses, Castell-Platja d'Aro, Blanes i Sitges es remunten a finals dels segle XIX i començaments del XX, vinculades a l'excursionisme i a les estades terapèutiques. En canvi a Vila-seca i Cambrils l'activitat turística no es va materialitzar fins a la dècada dels seixanta, amb la irrupció del turisme de masses.

Roses ha estat un centre d'estiueig tradicional per a les famílies benestants barcelonines de principis de segle, entre les quals es troben els Pi i Sunyer i els Rahola, membres destacats en l'àmbit de la política i la cultura catalana d'aquella època. Aquest flux d'estiuejants incipient va provocar la construcció de xalets de segona residència i l'obertura d'alguns establiment turístics com els hotels Vilà i la Terraza; la fonda Pujol i Pairet, la Rosa Olivet i la fonda-cafè del Pont (Santaló, 2001).

**Figura 5.14 Platja de Roses (1930)**



Font: Santaló (2001).

Les primeres estructures turístiques a Castell-Platja d'Aro es localitzen a la zona litoral, en el nucli de Platja d'Aro i a S'Agaró (turó situat entre la Platja de la Conca i la de Sant Pol). Si bé, des de finals del segle XIX la població ja disposava d'algun establiment com Can Japet, que era parada de carreters i tartanes que es dirigien a San Feliu de Guíxols i Girona. A partir de 1930 van començar a augmentar els nombre d'estiuejants, majoritàriament famílies acomodades de Barcelona i Girona, que construïren torres-xalets en el sector de Platja d'Aro. Paral·lelament, Josep Ensesa, un industrial de Girona, projectava una urbanització de luxe en el territori de S'Agaró, ciutat residencial convertida en un punt de trobada d'artistes, escriptors, polítics; així com centre de celebració de tot tipus d'activitats esportives, culturals i artístiques (Barreda, 1996).

Figura 5.15 Primers xalets a S'Agaró (anys trenta)



Font: Barreda (1996).

Els orígens del turisme a Blanes es situen a principis del segle XX, gràcies al seu paisatge i a la proximitat a la ciutat de Barcelona. La ciutat acollí estiuejants destacats del món de les lletres i de la política com Ferran Agulló (periodista que va denominar aquells paisatges Costa Brava), Joan Maragall o Francesc Macià. És testimoni d'aquest primer turisme l'existència d'una "colònia" barcelonina anterior a la Guerra Civil (Crous, 1994).

**Figura 5.16 Vista de la ciutat de Blanes (1929)**



**Font: Cartoteca de Catalunya. Fons Gaspar RF- 16.659.**

Els precedents de l'activitat turística a Sitges daten de finals del segle XIX, quan ja existia la pràctica d'anar a prendre les aigües com a teràpia medicinal. L'arribada del ferrocarril el 1881, que va connectar Barcelona amb Vilanova ho va facilitar. També hi va contribuir la tasca propagandística realitzada per artistes de la importància de Santiago Rossinyol, Ramon Casas, Miquel Utrillo o Charles Deering, que van fer de Sitges un lloc de referència d'escriptors, pintors, músics i altres intel·lectuals. El primer establiment turístic s'inaugurà el 1870, la Fonda Subur, la qual el 1902 es convertí en hotel. A principis dels segle XX s'obriren tres hotels més, el Milanesa (1917), l'Hotel Sitges (1917) i el Terramar Park Hotel (1920). En aquest mateix període es construïren diverses residències d'estiueig, situades a la ciutat-jardí El Vinyet-Terramar. A més és de destacar la creació de la societat Atracció de Forasters (1928) i l'oficina de turisme (1934), amb l'objectiu de fomentar el turisme local (Parès, 2003).



**Figura 5.17 Platja de Garraf, Sitges (1929)**



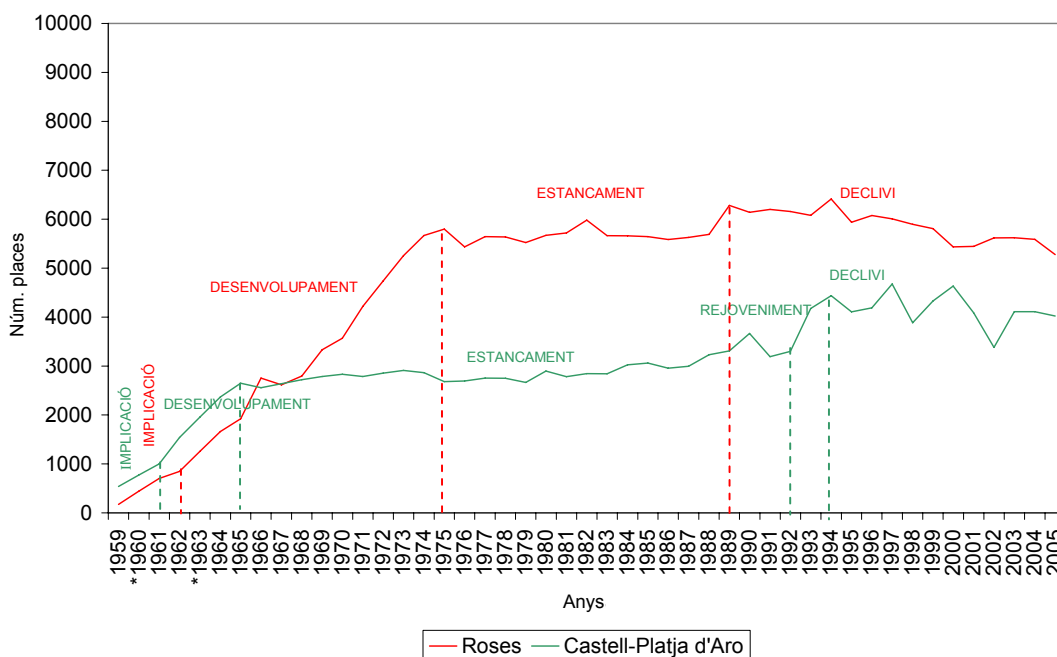
**Font: Cartoteca de Catalunya. Fons Gaspar RF- 16.653.**

Aquesta primera fase d'exploració ve precedida per un altra d'implicació, que als municipis de Roses, Castell-Platja d'Aro, Blanes i Sitges correspon a la dècada dels cinquanta i principis dels seixanta, en canvi a les localitats de Vila-seca i Cambrils s'endarrereix fins ja entrada la dècada dels seixanta (veure figures 5.18, 5.19 i 5.21). La recuperació econòmica i social de l'Europa de la postguerra afavorí l'arribada d'un nombre cada vegada més important de turistes europeus amb motivacions ben diferents a les d'aquells primers estiuejants dels anys vint i trenta. Per satisfer aquesta demanda creixent, es crearen nous establiments hotelers, el 1961 Sitges disposava de 1.856 places, Castell-Platja d'Aro 1.000, Roses 706 i Blanes 608. Vila-seca i Cambrils no arriben a valors similars fins a principis de la dècada dels setanta, demostrant que l'expansió turística a la Costa Daurada és més recent que la de la Costa Brava. En general, l'oferta hotelera d'aquests centres turístics era de petites dimensions (inferior a 100 habitacions), de caràcter familiar i integrada en l'entorn físic i humà.

L'increment de l'activitat turística que s'estava experimentat des de la dècada dels cinquanta s'accelerà durant la dècada dels seixanta i principis dels setanta, les destinacions es trobaven immerses en la fase de desenvolupament. A Roses aquest estadi comprèn els anys del 1963-1975; a Castell-Platja d'Aro del 1962-1965; Blanes del 1963-1972; Sitges del 1962-1969; Vila-seca del 1970-1973; i a Cambrils del 1972-1978. De les sis destinacions Roses és la que adquireix un major augment absolut del nombre de places hoteleres, ja que passa de les

1.255 el 1963 a les 5.797 el 1975. Però, en termes relatius Castell-Platja d'Aro (19,77%), Cambrils (15,09%) i Blanes (13,78%) són les que obtenen un ritmes de creixement més forts. Pel que fa a la seva composició, dominava l'oferta de baixa categoria que suposava més de la meitat de les places.

**Figura 5.18 Evolució de les destinacions turístiques de Roses i Castell-Platja d'Aro, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)**



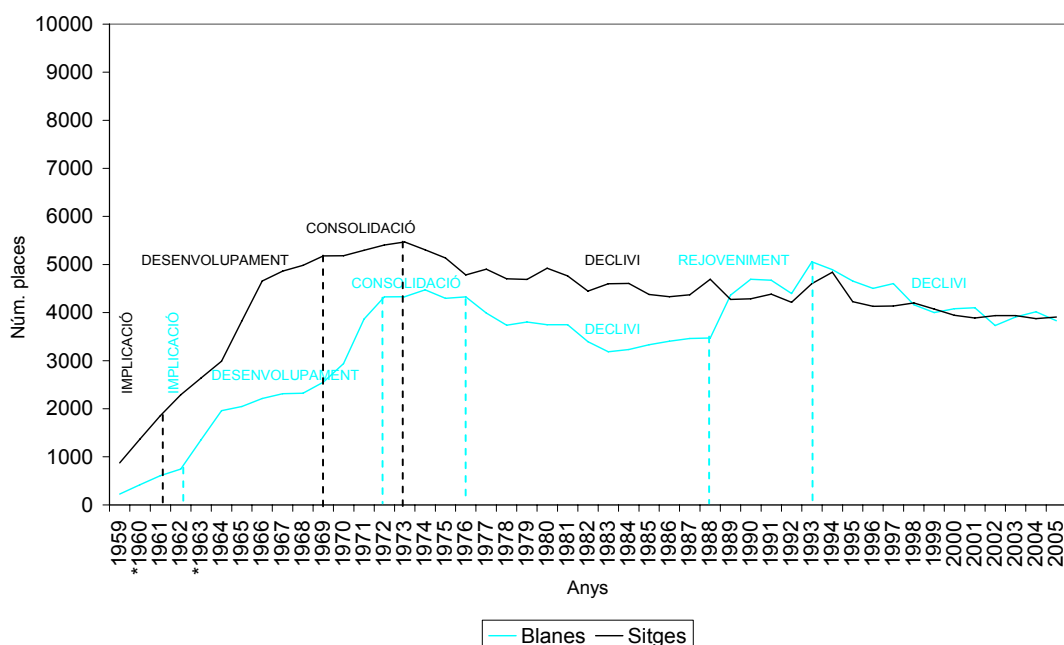
\* Valor estimat.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Tanmateix, no ha estat el turisme hotelier sinó el vacacional el que ha tingut un creixement més significatiu en aquests anys, amb taxes superiors al 30% (excepte Sitges que ja l'any 1960 comptava amb 1.052 habitatges de potencial ús turístic). Durant el període de desenvolupament, Roses percentualment va augmentar extraordinàriament el número d'habitatges vacacionals, registrant gairebé una taxa del 62,30%, resultat de l'aprovació del Pla General de 1961 que contemplà diversos plans parcials d'urbanitzacions disperses i inconnexes situades en les àrees més properes a la línia de mar, com Santa Margalida-el Salatà (1961), Canyelles Petites-L'Almadrava (1962), Puig Rom (1965), i també d'àrees interiors com Mas Fumats (1963), Mas Oliva (1963), Mas Buscà (1969), els Grecs (1965) i Mas Matas (1965). A Blanes es van projectar a la dècada dels seixanta diverses urbanitzacions dedicades a ús turístic, en són exemples La

Corona de Santa Cristina, La Cala de Sant Francesc, Sabanell i la Plantera, que comportaren una taxa de creixement en habitatges vacacionals del 25,01%. A Castell-Platja d'Aro l'extensió d'aquest tipus d'allotjament també fou destacat, assolint una taxa del 29,76%, la major part localitzats en el nucli de Platja d'Aro i en S'Agaró. Mentre que a Sitges la proliferació d'habitatges de potencial ús turístic fou inferior, amb una taxa del 15,02%, bàsicament ubicats en les urbanitzacions de Vinyet-Terramar, Sant Sebastià, Aiguadolç, Mont Gavina i la Llevantina.

**Figura 5.19 Evolució de les destinacions turístiques de Blanes i Sitges, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)**



\* Valor estimat.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Precisament, aquest model d'implantació territorial turística de caràcter vacacional és la causa principal del retràs en el desenvolupament de l'oferta hotelera en les destinacions de Vila-seca i Cambrils. Durant els anys seixanta, Vila-seca va configurar el seu centre turístic a l'àmbit de la Platja de la Pineda, amb la construcció principalment d'edificis d'apartaments. A Cambrils s'inicià un incontrolat desenvolupament urbanístic lligat al turisme, que ocupà les zones més properes a la costa. Entre 1960 i 1975 es posaren en marxa divuit

urbanitzacions, les primeres sense pla d'ordenació previ, com Playa de Vilafortuny, Cambrils Bahía i Virgen del Carmen (1962) i les quinze restants: Nou Cambrils (1964), La Dorada (1965), Tarraco (1965), Sol Cambrils (1965), Cambrils Mediterrani (1965), Cambrils Port (1966), El Dorado (1967), La Estrella de Cambrils (1968), Cambrils Platja (1969), Baronia de Vilafortuny (1969), Vilafortuny sector Castell (1969), Platges del Sud (1971), URCAVISIA (1972), La Sínia (1972) i Sol Cambrils III fase (1973), aprovades pel Pla General de 1963 (Anton, 1997).

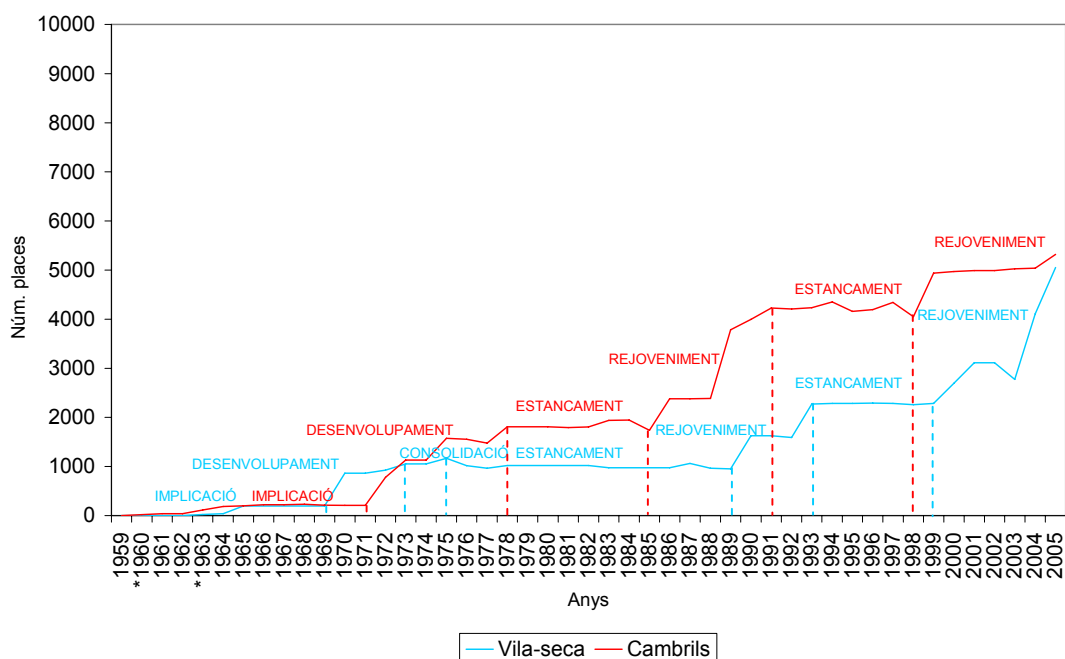
**Figura 5.20** Inici de les urbanitzacions L'Estrella de Cambrils, Cambrils Platja, Les Platges del Sud, La Dorada Platja, Tarraco, El Dorado i Cambrils Mediterrani (1976)



**Font:** Institut Geogràfic Nacional d'Espanya.

A mitjans de la dècada dels setanta, Vila-seca (1974-1975), Blanes (1973-1976) i Sitges (1970-1973) presenten una etapa de consolidació de curta durada en el temps, caracteritzada per un lleuger increment en la seva capacitat d'allotjament. En canvi, a Roses (1976-1989), Castell-Platja d'Aro (1965-1992) i Cambrils (1979-1985) l'etapa de desenvolupament és substituïda directament per la d'estancament. La crisi que afectà a les economies europees des dels anys setanta i fins a la dècada dels vuitanta n'és la principal causa.

**Figura 5.21 Evolució de les destinacions turístiques de Vila-seca i Cambrils, a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)**



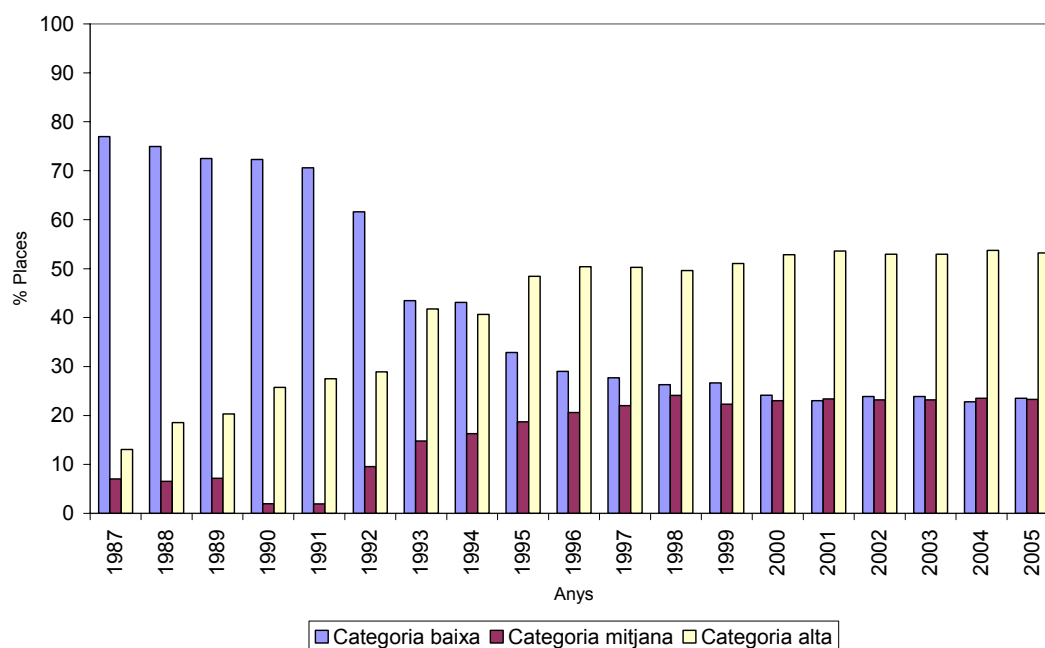
\*Valor estimat.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Un cop arribats en aquest punt, són diversos el camins que adopten aquestes sis destinacions. Sitges entra en una fase de declivi (1974-2005), amb una pèrdua de 1.560 places, quedant-se amb 3.908 el 2005. De fet mai va aspirar a convertir-se en un gran centre turístic internacional de masses, sinó que optà per un desenvolupament equilibrat (Priestley, 1984). Tanmateix, durant aquests anys de recessió Sitges va reaccionar endegant un procés de reestructuració de la seva indústria hotelera. Inicialment es tractà de la reducció progressiva de places de baixa categoria, sobretot es tancaren pensions i hotels d'una estrella. Procés que ha continuat amb la reclassificació d'hotels de dues a tres estrelles com el Capri (1993), el Sitges Park Hotel (1993); de pensió a tres estrelles com el Celimar; obertura de nous hotels de tres estrelles com el Galeón Pavillón (1994), Veracruz (1995) i el Celimar Centre (1998); i de quatre estrelles com el Gran Sitges (1993), Nova Dimensió (1993), Estela Barcelona (1995), Veracruz (1995) i Subur Marítim (1998). Totes aquestes iniciatives confereixen al municipi una oferta hotelera d'elevada categoria, que representa més de la meitat sobre el total (veure figura 5.22), diferenciant-se de la resta del litoral català. L'aposta dels

propis hotelers, sumat al fet que Sitges s'ha convertit en els darrers anys en un espai de celebració de convencions i actes culturals complementaris a Barcelona, ha contribuït directament en la millora de la qualitat i per tant a la transformació del model turístic de la localitat.

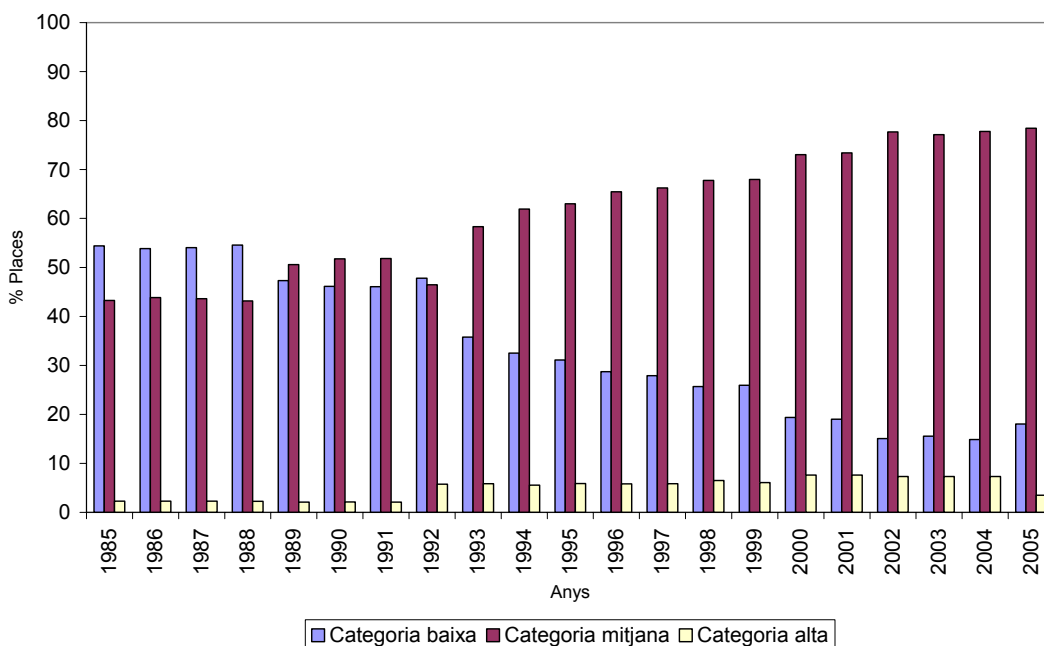
Figura 5.22 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Sitges (1977-2005)



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Roses després de tretze anys d'estancament, es veu abocada al declivi (1990-2005), situació que queda reflectida en una pèrdua de més de mil places. En canvi, des d'una perspectiva d'evolució de la seva composició, aquesta disminució s'ha vist compensada per un augment progressiu de la categoria mitjana de les places (veure figura 5.23). En els anys immediatament posteriors al 1989 és quan la tendència exposada adquireix més força, fonamentada principalment en el tancament de diverses pensions i hotels de baixa categoria, i en menor mesura en la seva reclassificació cap hotels de categoria mitjana (Mediterraneo, Univers, Victoria i Goya) i alta (l'Hotel Vistabella de quatre estrelles passa a ser de cinc, en el 2000). Així, en l'any 2005, la distribució percentual és la següent: 18,04% (baixa), 78,44% (mitjana) i 3,50% (alta).

Figura 5.23 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Roses (1985-2005)

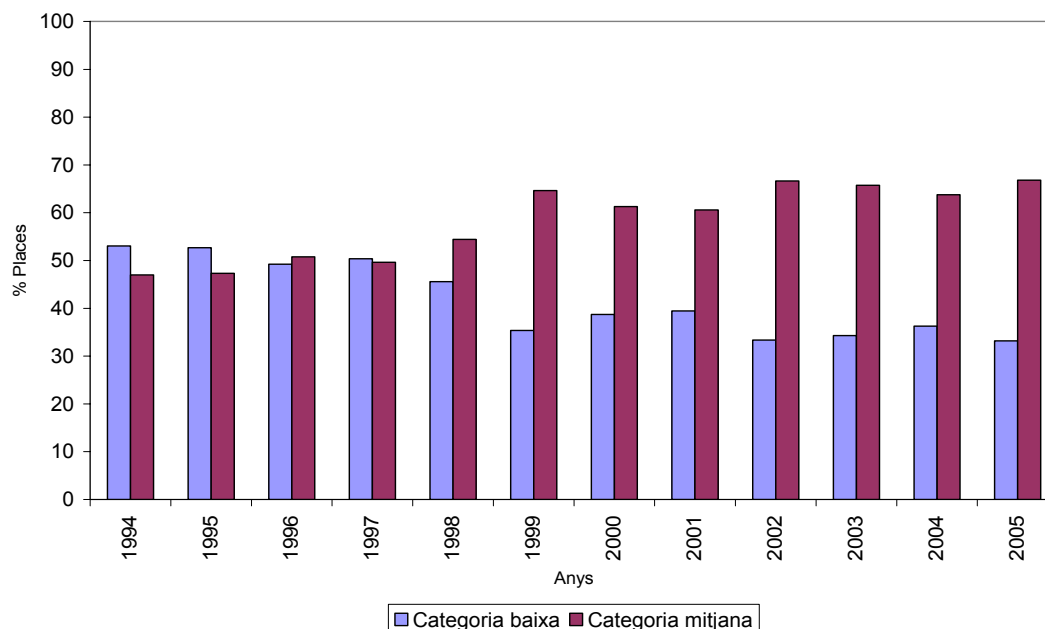


Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

A Blanes la fase de consolidació fou substituïda pel declivi (1977-1988), són anys de crisi econòmica i els establiments petits no són capaços de readaptar-se a les noves condicions. Durant aquest període es veuen obligats a tancar forces pensions, comportant una davallada de 518 places. A finals dels vuitanta i principis dels noranta l'oferta hotelera de Blanes presenta una fase de rejuveniment (1989-1993), caracteritzada per l'obertura d'hotels amb capacitat elevada, i de certa categoria: Beverly Park (tres estrelles, 168 habitacions), Esplèndid (tres estrelles, 397 habitacions) i Blaumar (tres estrelles, 174 habitacions). Des del 1994 la destinació es troba de nou en un estadi de declivi, més marcat que l'anterior, amb una pèrdua superior a les 1.000 places. Malgrat aquesta dada, Blanes reprèn la dinàmica de disminució de places de baixa categoria, sobretot de pensions, entre 1994 i 2005 desapareixen onze pensions, al mateix temps que es reclassifiquen hotels de dues a tres estrelles com el Pi Mar (1998) i el Stella Maris (2000). Això es plasma en una millora substancial de l'estructura hotelera blanenca, en que l'oferta de categoria mitjana passa a representar més de la meitat sobre el total, el 66,80% el 2005 (veure figura 5.24). Pel que fa a l'oferta d'alt valor afegit, si bé el municipi durant els anys cinquanta i

seixanta havia disposat d'hotels de quatre estrelles, l'Hotel Park Hotel i l'Hostal Pep Coronat, des de llavors cap establiment ha tornat a ostentar aquesta categoria.

Figura 5.24 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Blanes (1994-2005)



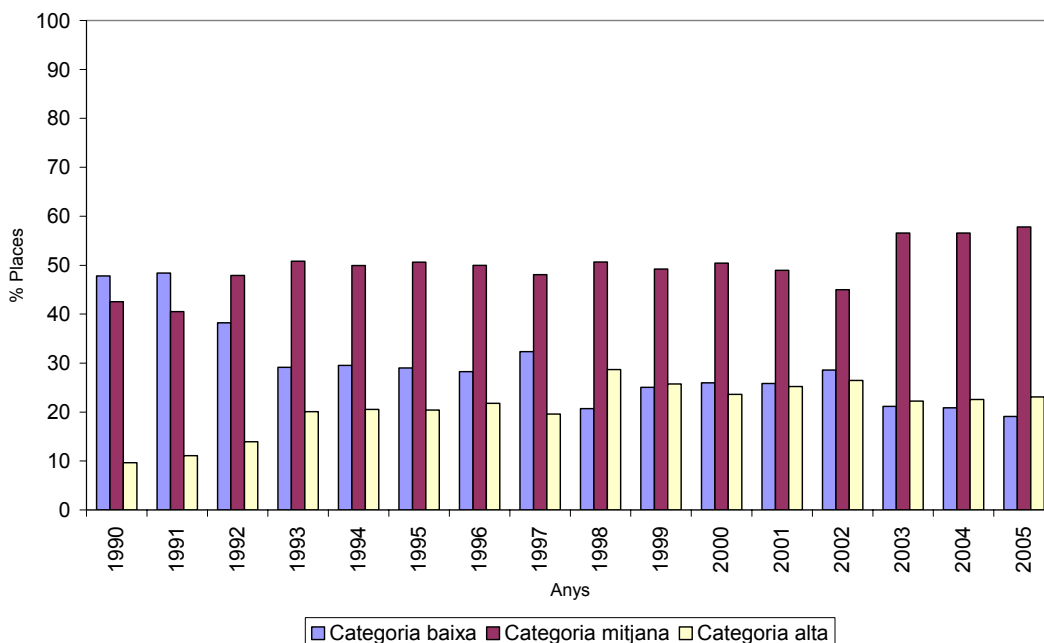
Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Castell-Platja d'Aro després d'un llarg període d'estancament (vint-i-sis anys), entra en una fase de rejuveniment de dos anys de durada (1993-1994). Aquesta etapa es caracteritza per l'obertura de nous hotels com el Guitart Platja d'Aro (quatre estrelles, 197 habitacions), Condado San Jorge (tres estrelles, 167 habitacions), Mar Condal II (tres estrelles, 125 habitacions) i Xicas's (tres estrelles, 21 habitacions). Tots ells produeixen un augment de més d'un miler de places hoteleres en la destinació, alhora que afecta a la seva composició; es guanya en categoria, fet que mostra un major protagonisme de les places d'hotels de nivell mitjà i alt (veure figura 5.25). A partir de 1995 i fins a l'actualitat la localitat es troba en una fase de declivi, encara que no de forma clara, ja que apareixen fluctuacions provocades per l'obertura d'hotels com el Rosamar (1997), Cofortel Caleta Park (1998), Rosa Park (2000), Roca (2000), el Cap Roig (2003) i NM Suites Hotel (2003), que actuen de contrapès a la pèrdua de places (de 4.108 places l'any 1995 es passa a 4.022 l'any 2005). En general, es tracta d'establiments de tres estrelles i en menor mesura de quatre, que contribueixen



a la qualificació de l'oferta, presentant el 2005 la següent estructura hotelera: 19,09% categoria baixa, 57,83% categoria mitjana i 23,08% categoria alta.

**Figura 5.25 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Castell-Platja d'Aro (1990-2005)**

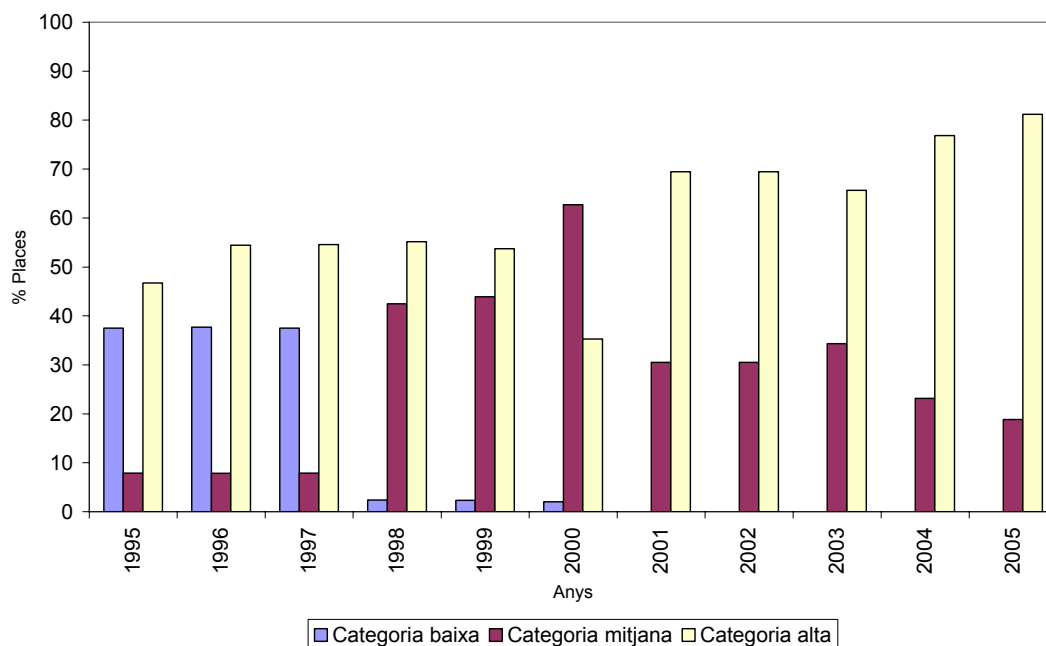


**Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).**

A Vila-seca l'etapa de consolidació és substituïda per un estadi d'estancament (1976-1989), degut fonamentalment a l'expansió del polígon petroquímic, que va convertir aquest espai en poc atractiu per a invertir. Aquesta tendència però es veu modificada del 1990 al 1993, en que es produeix un primer rejuveniment de la destinació. Les noves possibilitats de negoci associades amb la posada en funcionament de Port Aventura, afavoriren l'obertura el 1990 d'un nou hotel de quatre estrelles, l'Estival Park, l'ampliació del Donaire Park (passa de 634 habitacions a 803) i de l'Estival el 2003 (de 566 habitacions a 1.246), operacions que contribuïren a superar el miler de places de que disposava la localitat. A partir de 1994, Vila-seca entra novament en una fase d'estancament que durarà fins al 1999, període en que la major part del desenvolupament hoteler es realitza en el nucli veí de Salou. Tanmateix, aquesta atonia en el comportament hoteler és superada per una segona fase de rejuveniment (2000-2005) vinculada al projecte d'expansió de Port Aventura. La nova dinàmica s'inicia el 2000 amb la inauguració del Palas Pineda, l'ampliació de les instal·lacions de l'Hotel Estival

(de 623 habitacions a 899) i l'obertura de dos hotels, l'Hacienda (2004) i el Paso (2005), aquest darrer en el parc temàtic. Durant aquesta fase l'oferta hotelera presenta un fort increment en el nombre de places, de 2.659 que tenia l'any 2000, passa a registrar 5.052 places el 2005, fonamentalment d'alt valor afegit, en concret el 81,17% pertany a la categoria de quatre estrelles (veure figura 5.26).

**Figura 5.26 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Vila-seca (1995-2005)**

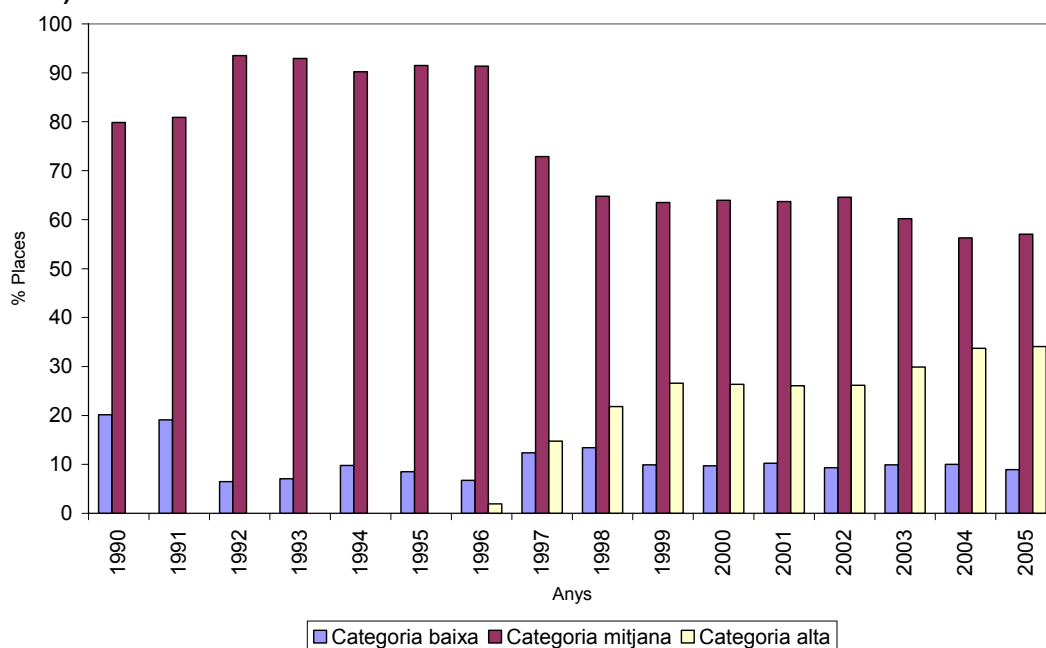


**Font:** Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Cambrils deixa enrere l'etapa de desenvolupament hotelier a finals de la dècada dels setanta, un cop constituïda com a destinació complementària a Salou, i inicia la fase d'estancament (1979-1985) derivada de la situació de crisi econòmica europea. A partir de mitjans dels vuitanta, fins a principis dels noranta, l'estancament es converteix en rejuveniment. En aquests anys, Cambrils experimenta un creixement destacat de places hotelers, gràcies a la incorporació de diferents establiments com l'Hotel Marítim (1986), Cambrils Playa (1989), Cambrils Princess (1989), Mestral (1989), Port Eugeni (1990), i l'ampliació d'altres com el Augustus I (de 243 habitacions el 1990 a 324 el 1991) i del César Augustus (de 120 habitacions el 1990 a 160 el 1991). L'estadi de rejuveniment desemboca de nou en una fase d'estancament (1992- 1998), sense

que vulgui dir aturada de l'activitat turística, ja que s'endegà un procés de qualificació de la planta hotelera consistent en la reclassificació d'hotels de dues a tres estrelles com el César Augustus, el Mónica i el Rovira; obertura d'un hotel de quatre estrelles, el Mas Gallau; i hotels de tres estrelles esdevenen de quatre com el Cambrils Princess. És així com la capacitat de places de categoria alta augmenta de forma substancial passant del 1,90% el 1996 al 21,82% el 1998 (veure figura 5.27). Ja en l'any 1999 Cambrils entra en una segona etapa de rejuveniment, caracteritzada per la inauguració de nous hotels com el Marítim Princess (1999) i el Tryp Port Cambrils (2004), que permeten superar les 5.000 places disponibles en la destinació, a més de donar continuïtat al procés de millora de la composició hotelera. El contingent de places en els establiments existents el 2005 adopta la distribució percentual següent: 8,90% (categoria baixa), 57,03% (categoria mitjana) i 34,07% (categoria alta).

**Figura 5.27 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Cambrils (1990-2005)**



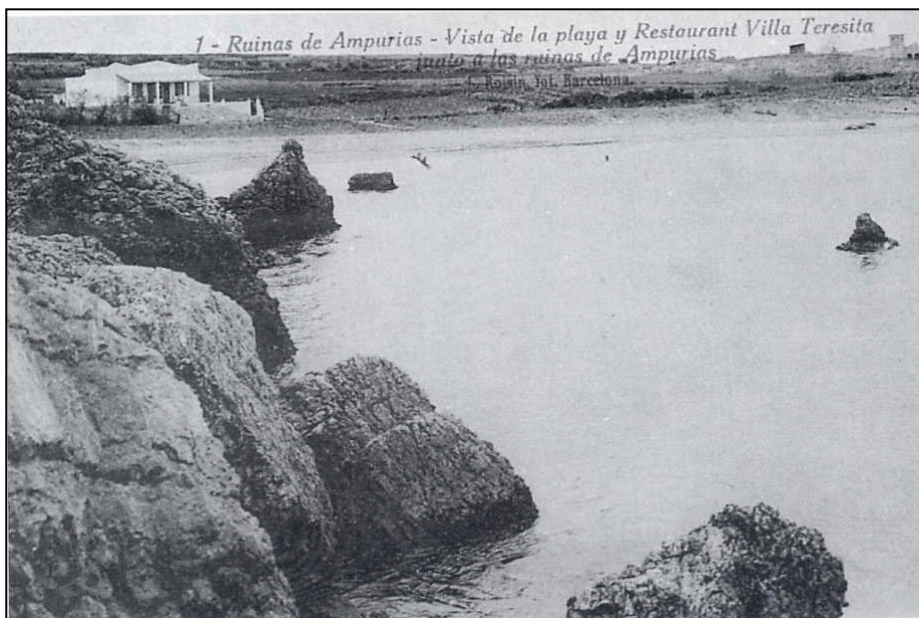
Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

### 2.3 Destinacions turístiques estacionàries

Aquest grup està format pels municipis de L'Escala, Calafell i El Vendrell, destinacions que presenten una reduït creixement en el nombre de places hoteleres (individualment no superen les 1.800 places), d'aquí que se les hagi anomenat estacionàries. Si bé el seu model d'implantació territorial s'ha basat en els habitatges vacacionals, una reducció de l'escala d'anàlisi permet identificar el cicle d'evolució hoteler d'aquestes localitats. Dels tres, únicament El Vendrell ha desenvolupat un pla d'excel·lència. És de fet, la localitat amb una major voluntat durant els darrers anys de potenciar-se turísticament. Les iniciatives que ha endegat aquest municipi, han proporcionat un nou impuls a la destinació.

A l'Escala aquesta activitat turística primigènica està associada a les excavacions de les ruïnes d'Empúries, impulsades l'any 1908 per Josep Puig i Cadafalch. L'adequació d'aquest espai per ser visitat va despertar l'interès de diferents cercles culturals de l'època (Centre Excursionista de Catalunya i l'Ateneu Enciclopèdic i Popular de Barcelona) que organitzaren excursions a la ciutat d'Empúries (Boix i Marquès, 1995). L'Hotel Empúries, antigament anomenat Villa Teresita és testimoni d'aquest prototurisme.

**Figura 5.28 Ruïnes d'Empúries i Hotel Villa Teresita (principis del segle XX)**



Font: Boix (1995).

A El Vendrell les primeres manifestacions de l'activitat turística es troben vinculades als banys terapèutics. L'existència d'un deu d'aigües medicinals i la implantació del ferrocarril a Sant Vicenç de Calders (1887), són factors claus perquè en el primer terç del segle passat s'iniciï l'estiueig de famílies de la burgesia local i barcelonina a la zona. Entorn aquesta pràctica es van construir els hotels-balneari Bellamar i Brisamar, tots dos actualment desapareguts, i diversos xalets de vacances que s'han conservat com la Casa de les Punxes (1920); Villa Teresa (1925); Villa Buenaventura (1933) o Villa Torres (González Reverté, 2000a).

**Figura 5.29** Balneari Brisamar, Coma-ruga/ El Vendrell (anys vint)

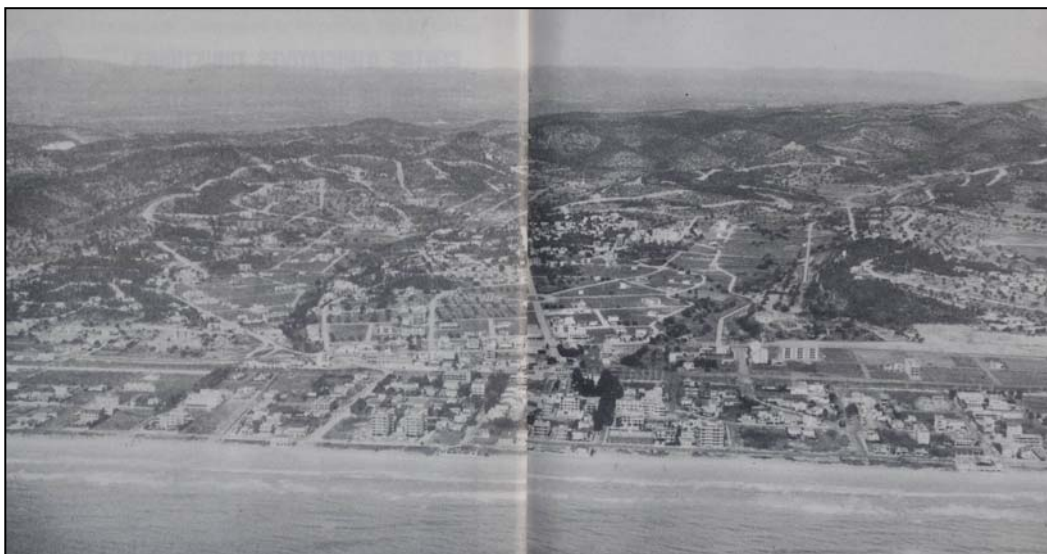


**Font:** González Reverté (2000a).

Als anys vint la platja de Calafell esdevé un indret d'estiueig, fonamentalment de famílies benestants de Barcelona, que s'allotjaven en botigues de mar rehabilitades, en torres de nova edificació o bé en l'Hotel Miramar, construït el 1924. Aquesta transformació s'explica en bona mesura per la imatge de lloc saludable que adquirí la zona, al haver estat escollit per a l'organització d'unes colònies infantils per a nens necessitats que organitzava l'ajuntament de Barcelona i la ubicació del Sanatori de Sant Joan de Déu (Santacana, 2005). A mitjans de la dècada dels quaranta, el sector de Segur de Calafell es converteix també en un espai orientat al lleure, en base al projecte d'urbanització de la finca

de Sant Miquel de Segur. El projecte contemplava l'ocupació de la línia més propera a la costa mitjançant habitatges unifamiliars amb certa fesomia tradicional. No obstant, malgrat disposar d'un element essencial, el baixador de tren (1947), l'operació va tenir poc èxit en la seva fase inicial, tan sols es construïren entre quatre i sis xalets durant els anys quaranta i cinquanta (González Reverté, 2000b).

**Figura 5.30 Segur de Calafell (1965)**



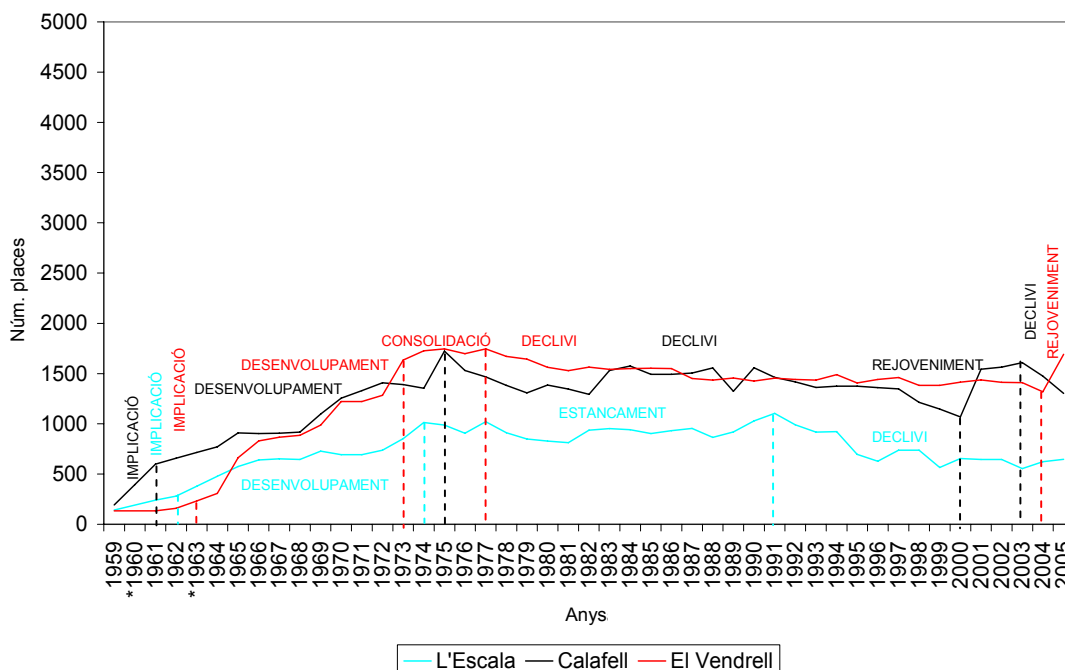
**Font: Martín González, et al. (199?).**

La fase d'exploració turística és seguida per la d'implicació, durant la dècada dels cinquanta i principis dels seixanta. En aquests anys es configura una petita infraestructura d'allotjament: Calafell disposava de 598 places hoteleres (1961), L'Escala comptava amb 280 (192) i El Vendrell 234 (1963).

La fase d'implicació ve precedida per la desenvolupament, moment en el que es produeix l'increment més important de l'oferta hotelera. A L'Escala comprèn el període 1963-1974; a Calafell del 1962-1975; i al El Vendrell del 1964-1973 (veure figura 5.31). De les tres destinacions Calafell és la que adquireix un major augment absolut del nombre de places, ja que passa de les 658 el 1962, a les 1.723 el 1975. Però en termes relatius, El Vendrell és la localitat que presenta un ritme de creixement més fort, del 20,38%. Respecte a la seva composició, a L'Escala i Calafell predominen les places de categoria baixa tal i com succeïa en les destinacions expansives i progressives. En canvi, El Vendrell ja en aquest

estadi presenta un cens hotelier força qualificat, el 1974 l'oferta de categoria mitjana suposa un 44,35% i l'alta un 16,91%.

**Figura 5.31 Evolució de les destinacions turístiques de L'Escala, Calafell i El Vendrell a partir de la variable nombre de places hoteleres (1959-2005)**



\* Valor estimat.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

El reduït volum de places hoteleres obtingut per L'Escala, Calafell i El Vendrell manifesta un baix nivell d'especialització en turisme hotelier, que contrasta amb el seu elevat desenvolupament vacacional. Durant la dècada dels seixanta i setanta, a Calafell s'aprovaren la major part de les urbanitzacions d'ús turístic existents avui, les primeres abans del Pla General d'Ordenació Urbana del 1968, com Sant Miquel de Segur (1962), Masia de la Font (1963), El Vilarenc (1934), Segur de Dalt (1965), Miramar Residencial (1966), Bellamar (1966), Mas Romeu (1966), Calafell Residencial (1967), Valdemar i los Rosales (1968), L'Estany (1968) i El Romaní (1968), i més tard de l'aprovació del Pla, les de Mas de la Mel (1969), Alorda Park (1972), Prat de Calafell (1973) i Calafell Park (1977) (González Reverté, 2000b).

La implantació de l'habitatge vacacional a El Vendrell s'inicià amb l'urbanització Brisamar (1956) situada a Coma-ruga i continuà amb la tramitació de diversos

plans parcials, els primers sense Pla General d'Ordenació Urbana, que data del 1966, com Nirvana (1961), Masia Blanca (1962), Partida del Francàs (1964), El Romaní (1964), Els Masos (1964), Bonavista (1965), Torreblanca (1965), i posteriorment amb el Pla, Los Algarrobos (1966), La Creu de Coma-ruga (1967), Socias (1968), Coto del Rey (1969), Nou Vendrell (1970), Edén Park (1971), Baronia de Mar (1971), Sant Salvador I (1971), Sant Salvador II (1971), Vendrell Mar (1973), Oasis (1975), (González Reverté, 2000b).

L'Escala com a espai turístic vacacional es forma en la mateixa època que les dues destinacions anteriors. Les operacions urbanístiques que es van posar en marxa foren localitzades principalment a primera línia de mar com la urbanització Punta de Montgó, Sant Martí i El Riuet.

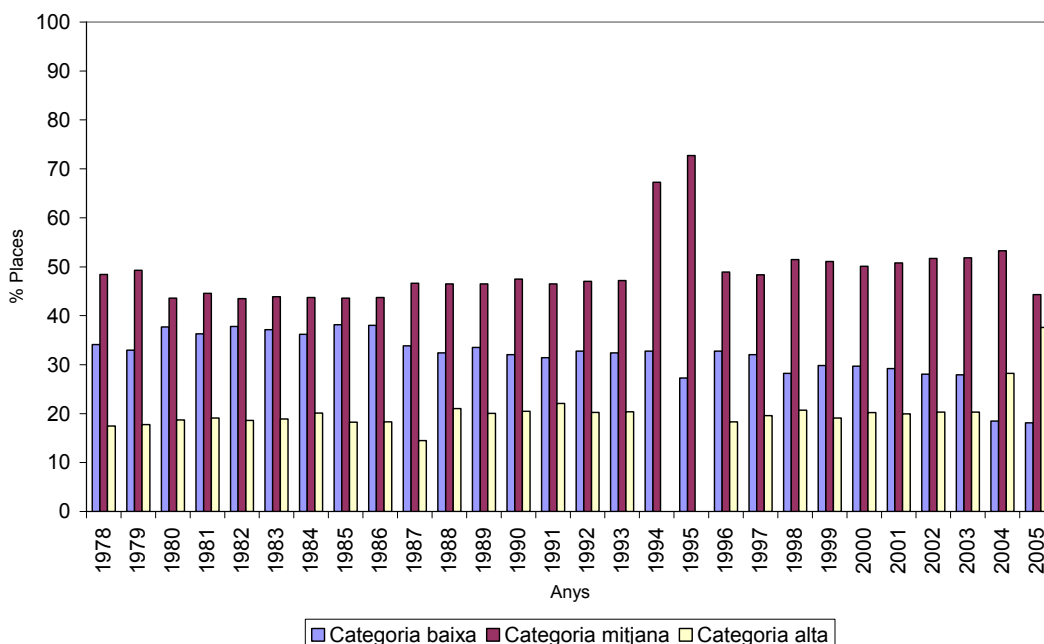
Aquesta dinàmica es visualitza perfectament amb els valors de creixement espectacular d'habitatges de potencial ús turístic. Segons el cens d'habitatges del 1960 a El Vendrell no existia cap habitatge vacacional, deu anys més tard, l'any 1970 ja hi havia 2.910; L'Escala passa de 185 a 2.274; i Calafell de 286 a 3.133. Tendència que ha començat a alleugerir-se des de la dècada dels noranta amb l'arribada de nous residents permanents majoritàriament de l'àrea metropolitana de Barcelona (Calafell i El Vendrell) i de Girona (L'Escala). Els nouvinguts generen un doble efecte, impulsen la construcció d'habitatges habituals en detriment dels de potencial ús turístic i contribueixen directament en la reconversió d'habitatges no principals en principals.

En la dècada dels setanta, front un context de crisi econòmica a nivell internacional, es produeix una aturada en el creixement de l'oferta hotelera, que condueix a El Vendrell en una situació de consolidació (1973-1977), a l'Escala en una fase d'estancament (1975-1991) i Calafell entra directament en un estadi de declivi (1976-2001).

En El Vendrell l'etapa de consolidació és ràpidament substituïda per una fase de declivi (1978-2004), caracteritzada per la pèrdua de places hoteleres, gairebé 200, de baixa categoria. Aquesta tendència suposa canvis significatius en la composició hotelera, la categoria baixa disminueix progressivament el seu pes, mentre que augmenta la mitjana i superior (veure gràfic 5.32). Es tracta d'un procés de qualificació de l'oferta que ha culminat en el 2005 amb l'inici de la fase de rejuveniment, principalment gràcies a l'obertura d'un nou hotel, el Ra Beach Thalasso Spa de cinc estrelles i 143 habitacions.



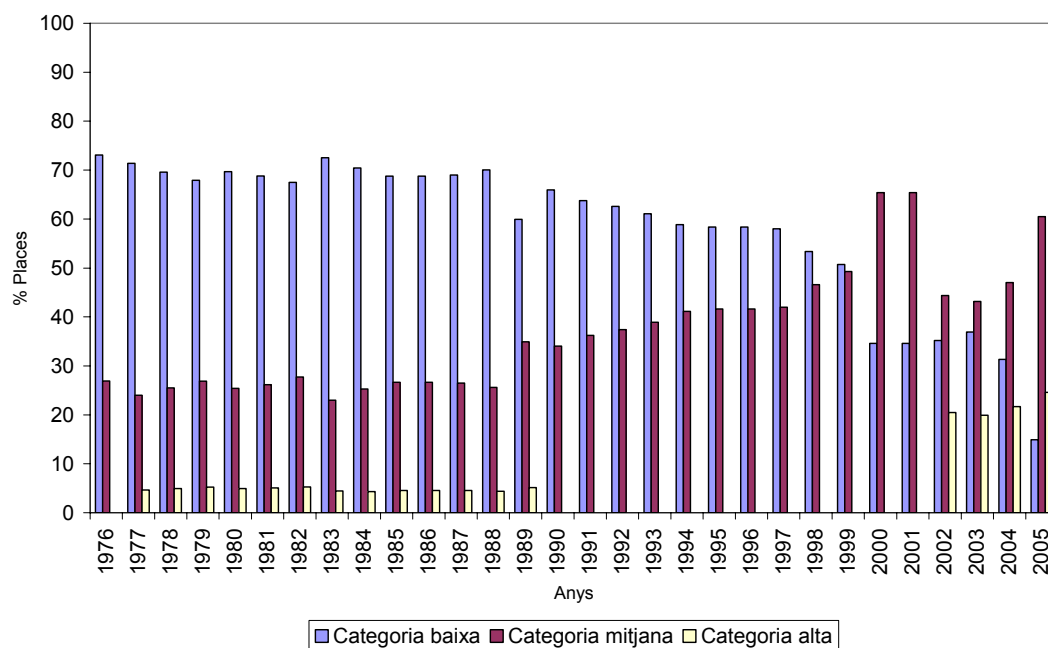
**Figura 5.32 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de El Vendrell (1978-2005)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

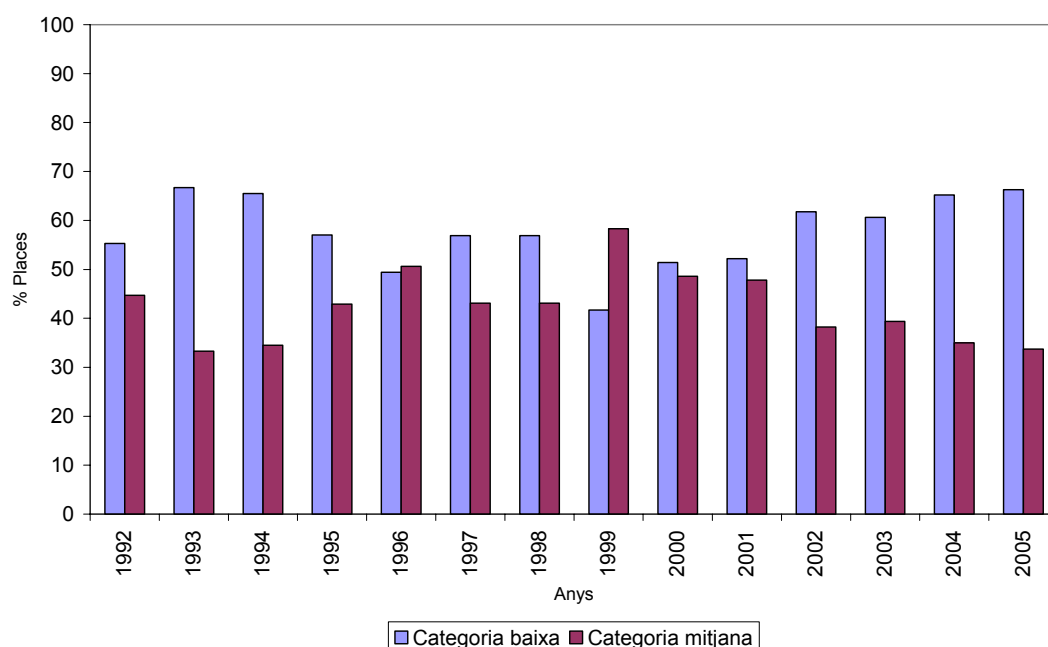
Calafell presenta dos estadis de declivi, el primer correspon al període 1976-2000 i el segon del 2004-2005, enmig del qual es produeix un petit rejuveniment derivat de l'obertura d'un nou hotel, el Canadà (2000) de tres estrelles i 160 habitacions. Encara que durant les dues etapes de declivi s'ha produït una important davallada de les places hoteleres, especialment en la primera, amb 460, aquesta dinàmica ha aportat una millora global del cens hoteler cap a la categoria mitjana i superior. El tancament d'establiments de baix valor afegit ha estat el factor determinat d'aquest procés de qualificació, que s'inicia a finals de la dècada dels vuitanta i pren major força a partir del 2002, amb la reclassificació de l'Hotel Canadà de tres a quatre estrelles i la desaparició de l'Hotel Costa d'Or de dues estrelles i 66 habitacions. Per tant, es passa d'una estructura hotelera basada en un producte de baix valor afegit, amb alguna iniciativa aïllada dirigida a la millora de la qualitat de l'oferta (obertura de l'Hotel Kursaal, de quatre estrelles el 1977), a una altra fonamentada en la categoria mitjana-alta, 14,90% categoria baixa, 60,52% mitjana i 24,58% alta (dades 2005, veure figura 5.33).

**Figura 5.33 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de Calafell (1976-2005)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

**Figura 5.34 Evolució de la composició de l'oferta en places hoteleres de L'Escala (1992-2005)**



Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Després d'una llarga etapa d'estancament (1975-1991), en la que el creixement de l'oferta hotelera és pràcticament nul·la, L'Escala entra en l'etapa de declivi que durarà des del 1992 fins a l'actualitat. En aquesta fase desapareixen 341 places hoteleres, la major part de baixa categoria. Fet que no ha vingut acompanyat d'una millora en la qualitat de l'estructura hotelera, ben al contrari s'han incrementat les places de baix valor afegit; si en el 1992 representaven el 55,30%, tretze anys més tard es situen en un 66,30% (veure gràfic 5.34). Aquestes xifres evidencien que L'Escala és una destinació mancada d'estratègies de reestructuració que li permetin assolir una posició competitiva en el mercat.

### **3. SÍNTESI**

A mode de balanç i prenent com a unitat d'anàlisi l'evolució de l'oferta hotelera a nivell municipal, s'observa que la major part de les principals destinacions litorals catalanes es configuren i desenvolupen en el mateix context temporal. No obstant, Vila-seca, Salou i Cambrils presenten una fase d'implicació més prolongada (finals dels seixanta i principis dels setanta) i una etapa de desenvolupament més curta (entre tres i sis anys), com a resultat de la incorporació més tardana de la planta hotelera. Superada la fase de fort creixement són diversos els comportaments que experimenten les principals destinacions litorals, que van des de la consolidació, l'estancament, el declivi, fins al rejuveniment (veure quadre 5.4). És de destacar el nuclis de Vila-seca, Cambrils i Calella, pel fet de no haver derivat en una situació de declivi; i Salou per manifestar totes les etapes, amb dos períodes alterns de rejuveniment, característica aquesta última que també manifesten Vila-seca i Cambrils.

En l'actualitat es troben en un estadi de declivi els nuclis de Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret, Blanes, Sitges i Calafell. Al mateix temps, Calella presenta una situació d'estancament, que arrossega des de la dècada dels vuitanta. Mentre que la situació de rejuveniment es produeix en els importants centres turístics de la Costa Daurada, concretats en El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils. Aquest renovat dinamisme hotelier suposa un guany en places, explicable pels ambiciosos projectes que s'estan realitzant en aquest tram de litoral, com són la recuperació del turisme termal ( El Vendrell) i el pla d'expansió de Port Aventura (Vila-seca, Salou i Cambrils).

**Quadre 5.4 Etapes del cicle de vida de l'oferta hotelera en les principals destinacions turístiques catalanes**

	Implicació	Desenvolupament	Consolidació	Estancament	Declivi	Rejuveniment
<b>Roses</b>	1959-62	1963-75	---	1976-89	1990-05	---
L'Escala	1959-62	1963-74	---	1975-91	1992-05	---
Castell	1959-61	1962-65	---	1966-92	1995-05	1993-94
Platja d'Aro						
<b>Lloret de Mar</b>	1959-60	1961-75	1976-81	1982-94	1995-05	---
Blanes	1959-62	1963-72	1973-76	---	1977-98 1994-05	1989-93
<b>Calella</b>	1959-60	1961-72	1973-77	1978-05	---	---
<b>Sitges</b>	1959-61	1962-69	1970-73	---	1974-05	---
Calafell	1959-61	1962-75	---	---	1976-00 2004-05	2001-03
<b>El Vendrell</b>	1959-63	1964-73	1974-77	---	1978-04	2005
Vila-seca	1959-69	1970-73	1974-75	1976-89 1994-99	---	1990-93 2000-05
<b>Salou</b>	1959-73	1974-77	1978-80	1981-85	1996-98	1986-96 1999-05
<b>Cambrils</b>	1959-71	1972-78	---	1979-85 1992-98	---	1986-91 1999-05

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.

Si bé els ritmes de creixement s'identifiquen a grans trets amb les pautes assenyalades per la teoria de Butler, de forma detallada es constata que no són del tot coincidents. Es comprova que el cicle de vida de les destinacions no és seqüencial, es troben localitats on la fase d'exploració és inexistent (Vila-seca i Cambrils), d'altres que del desenvolupament directament passen a l'estancament, (Roses, L'Escala i Castell-Platja d'Aro), o bé no es manifesta la fase d'estancament (Blanes, Sitges, Calafell i El Vendrell).

També s'han fet evidents les limitacions a l'hora d'explicar el comportament de les destinacions únicament amb la variable oferta hotelera. Aquesta variable no mostra tota la complexitat que caracteritza el fenomen turístic, en que la seva configuració territorial és una barreja de diferents modalitats d'ocupació turística (habitatges de potencial ús turístic, hotels, càmpings). De fet, la modalitat d'allotjament dominant al litoral català és la vacacional, superant amb escreix l'hotelera. Tanmateix, les dades referents a l'oferta hotelera són les úniques que permeten efectuar una anàlisi continua del cicle de vida d'una destinació, perquè tenen una periodicitat anual.

Per altra banda, s'ha observat que les fases d'estancament i declivi no sempre estan vinculades a la superació de la capacitat de càrrega, ja que les destinacions progressives i estacionàries disposen d'un moderat volum de places hoteleres i en canvi han manifestat aquests estadis. Així doncs, té més a veure amb la manca d'estratègies de reestructuració desenvolupades, tant des de la iniciativa pública com privada. En les dotze destinacions analitzades (tret de L'Escala), s'ha constatat un destacat esforç de reposicionament, fonamentat en la qualificació de planta hotelera. Des de fa més de deu anys, el cens hotelier de la major part de localitats registra millores en la planta hotelera, majoritàriament per la pèrdua de places de baixa categoria i en menor mesura per l'increment de les d'alt valor afegit.

És de destacar també, que totes les destinacions turístiques expansives i la meitat de les progressives han realitzat un pla d'excel·lència turística, mentre que només un terç de les estacionàries l'han executat. Es tracta de destinacions que es trobaven l'any de concessió del pla en un etapa de declivi (Roses, Lloret de Mar, Sitges, El Vendrell, i Salou) o bé d'estancament (Calella de Mar i Cambrils) i que per tal de superar aquesta situació optaren per la incorporació de noves estratègies. Amb això es confirma que les destinacions consolidades i madures són aquelles que més han demandat i necessitat d'aquesta eina de reestructuració.

Aquest conjunt de problemes i limitacions metodològiques de la teoria de Butler han portat a reflexionar sobre la necessitat d'incorporar nous elements a l'estudi de les destinacions turístiques del litoral català. S'ha cregut interessant per comprendre les dinàmiques generades pel turisme, introduir altres variables complementàries relacionades amb l'activitat turística (segones residències, càmpings); de l'àmbit demogràfic (població estacional màxima, població autòctona); i econòmic (quocient localització, taxa variació de l'atur i balanç laboral). Tractades a partir de l'anàlisi factorial de components principals (veure capítol 4).

## **CAPÍTOL 6. LES ESTRATÈGIES DE REESTRUCTURACIÓ**

En el capítol anterior s'ha realitzat una anàlisi del cicle de vida de les dotze principals destinacions turístiques catalanes. Aquestes localitats es troben en un estadi de desenvolupament avançat, manifestant des de meitat dels vuitanta problemes propis d'espais turístics consolidats; degradació ambiental, saturació d'infraestructures i equipaments, etc. Davant aquesta situació, es crea la necessitat de dur a terme noves estratègies des de l'àmbit local, per tal de mantenir l'activitat i fer més eficaç el model turístic.

Segons Anton (2001), les respostes generades per les destinacions evolucionades del litoral català en situacions d'estancament es poden agrupar en tres estratègies diferenciades:

- Renovació de les destinacions i la qualificació dels establiments (iniciada a mitjans dels vuitanta).
- Singularització a través de la incorporació de nous productes (iniciada a principis dels noranta).
- Sostenibilitat (iniciada a mitjans dels noranta).

Aquest esquema servirà de guia per a investigar la forma en la que s'articulen les diferents estratègies als mateixos municipis estudiats fins al moment.

### **1. RENOVACIÓ DE LES DESTINACIONS I QUALIFICACIÓ DELS ESTABLIMENTS**

El planejament previ a l'aparició de les institucions democràtiques, on la LLei del Sòl de l'any 1956 era la única base reguladora, no va resultar una eina eficaç per contenir el creixement urbanístic expansiu de les zones turístiques. Els criteris d'ordenació establerts no van considerar suficientment els límits de creixement, la capacitat d'acollida del territori, el consum dels recursos, la generació de residus, la preservació del paisatge, etc. Les dotze principals destinacions litorals catalanes presenten plans en aquesta època, entre els que destaquen per ser els pioners, el de l'Escala (1956); Lloret de Mar i Blanes (1957); Castell-Platja

d'Aro (1959); i Roses (1961), tots ells pertanyents a la Costa Brava. En canvi, a la Costa Daurada l'ocupació del territori es realitza en base a plans parcials (figura autònoma deslligada d'una concepció global que donà cobertura legal a moltes operacions especulatives), fins que no s'aproven els primers plans generals ja entrada la dècada dels seixanta, Vila-seca/Salou i Cambrils (1963); El Vendrell (1967); i Calafell (1968).

La planificació dels anys seixanta i setanta és tolerant amb els serveis i infraestructures bàsiques deficientes, el desordre tipològic d'edificacions, l'ocupació intensiva de l'espai litoral i la saturació dels recursos turístics, factors que han comportat importants efectes negatius per a les destinacions, ja que bona part de l'atractiu d'aquests espais es basa en la qualitat del seu entorn. Davant aquesta situació, des de la dècada dels vuitanta s'han endegat iniciatives de renovació de les destinacions, via la revisió dels plans generals, que es concreten en la reordenació urbanística i la redotació d'infraestructures.

La transferència de diverses competències en matèria d'urbanisme des de l'administració estatal a la Generalitat, conjuntament amb la regulació que suposa la LLei del Sòl de 1975 (incrementa els deures dels propietaris a l'hora d'urbanitzar i ampliar les cessions de sòl per a finalitats públiques), impulsa la revisió generalitzada dels plans urbanístics de la majoria de les destinacions litorals, tal i com s'observa en el quadre 6.1. Aquest procés s'inicia durant els anys vuitanta i s'allargarà fins a principis dels noranta. Segons Coromines i Solà (1990), les característiques d'aquests nous plans en el cas de la Costa Brava són les següents:

- Disminució de sòl qualificat com a urbanitzable, a canvi de reomplir les àrees no consolidades pels plans parcials aprovats.
- Cohesió de la urbanització dispersa mitjançant l'adequació d'una xarxa viària que articuli les diferents operacions fragmentàries existents. Es pretén crear una vertadera ciutat amb un fort centre urbà.
- Reequipament (pavellons, escoles, biblioteques, teatres, centres sanitaris, etc.) i dotació de major nombre de zones verdes.

- Adequació de la qualificació urbanística en funció de les especificitats de cada zona, permetent preservar aquelles àrees d'alt valor històric i paisatgístic.

De forma similar s'expressa Anton (1997) quan descriu la situació de la planificació a la Costa Daurada durant aquest període, àmbit on s'han observat accions relacionades amb:

- Recuperació d'espais lliures per convertir-los en espais públics, entre els que destaca la façana marítima amb la regeneració de platges i creació de passeigs.
- Regeneració del teixit urbà mitjançant la dotació d'infraestructures bàsiques (enllumenat, sanejament, estructura viària) i serveis públics; vianalització de carrers; rehabilitació del casc històric; estructuració d'urbanitzacions; millora de façanes, etc. A més de la implantació de normatives que protegeixin elements singulars del patrimoni com edificis històrics i espais d'interès natural.
- Incorporació de nous atractius per satisfer una demanda cada vegada més exigent i dinàmica, via la creació i incentivació d'espais recreatius (parcs aquàtics i temàtics, ports esportius, camps de golf, etc.).

**Quadre 6.1 Figures de planejament general de les principals destinacions litorals catalanes**

Destinacions	Anys					
	50	60	70	80	90	2000
<b>Roses</b>		PG-1961		PG-1986	PG-1993	POUM (en procés)
L'Escala	PG-1956		PG-1975	PG-1986	PG-1993	
Castell-Platja d'Aro	PG-1959		PG-1976	PG-1985	PG-1991	
<b>LLoret de Mar</b>	PG-1957	PG-1966		PG-1985		POUM-2006
Blanes		PG-1968		PG-1981		POUM (en procés)
<b>Calella de Mar</b>				NS-1988		POUM-2005
<b>Sitges</b>	PG-1959			PG-1989	NS-1998	POUM-2006
Calafell		PG-1968		PG-1989		
<b>El Vendrell</b>		PG-1967		PG-1982		PG-2000
Vila-seca		PG-1963	PG-1975		NS-1990 / PG-1993	
<b>Salou</b>		PG-1963	PG-1975		PG-1992	POUM-2003
<b>Cambrils</b>		PG-1963	PG-1975		PG-1993	POUM-2005

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.



A mitjans dels noranta la tasca de revisió dels plans generals s'atura, són anys de crisi econòmica a nivell global que afecten al sector de la construcció. Aquesta situació conjuntural actua com a factor de regulació del creixement urbanístic excessiu, però a finals dels noranta comença un nou cicle positiu que reactiva l'activitat constructiva de forma potent. Actualment la pressió urbanística s'enfronta amb una situació diferent, ja que existeix una major sensibilitat social i una nova política a Catalunya en relació als procés d'urbanització i creixement. En aquest context, s'incorporen tota una sèrie de noves directrius, algunes de caràcter normatiu i d'altres estratègiques, d'àmbit regional (Pla Territorial de Catalunya; Lleis 2/2002 de 14 de març, d'Urbanisme i la seva modificació del 2004; Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner), subregional (Pla de les Activitats Industrials i Turístiques del Camp de Tarragona, Pla Director Urbanístic de la Serra de Rodes; Pla Director Territorial de l'Empordà; plans estratègics comarcals i locals (Agenda 21 Local, plans estratègics de ciutats), que han de servir de marc de referència per als nous plans municipals (veure quadre 6.2). De totes maneres, s'ha de puntualitzar que a Roses, Castell-Platja d'Aro i Calafell, la superfície protegida pel Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner està qualificada com a CE (sòl no urbanitzable o sòl urbanitzable no delimitat, que no ha de passar, necessàriament, a sòl no urbanitzable costaner), per tant és de caràcter voluntari.

De nova creació és la figura estratègica dels Catàlegs del Paisatge, el primer catàleg (Camp de Tarragona) es va aprovar a principis del 2007, però encara no han tingut incidència real en cap pla.

**Quadre 6.2 Directrius que afecten al planejament de les principals destinacions litorals catalanes**

	Roses	L'Escala	Castell- Platja d'Aro	LLoret de Mar	Blanes	Calella de Mar	Sitges	Calafell	El Vendrell	Vila-seca	Salou	Cambrils
<b>Normatives</b>												
Pla Territorial Catalunya (1995)	X			X	X	X	X		X		X	X
Llei 2/2002 de 14 de març, d'urbanisme i la modificació Llei 10/2004, de 24 de desembre del 2004.				X		X	X				X	X
Pla de les Activitats Industrials i Turístiques del Camp de Tarragona (2004)										X	X	
Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (2005)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pla Director Urbanístic de la Serra de Rodes (2006).	X											
Pla Director Territorial de l'Empordà (2006)	X	X	X									
<b>Estratègiques</b>												
Agenda 21 Local	X			X		X	X					X
Pla estratègic de ciutat									X			
Pla Estratègic del Garraf (2003)							X					
Pla Estratègic Litoral de la Regió Metropolitana de Barcelona (2005)						X	X					


\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.

La qualificació dels establiments ha estat una de les estratègies inicials més freqüents. Tradicionalment la composició de la planta hotelera de les dotze principals destinacions es caracteritzava per ser de categoria mitjana-baixa, amb predomini de les pensions i els hotels d'una i dues estrelles. No obstant, des de fa més d'una dècada s'ha comprovat que l'oferta està en procés de reestructuració, fet que queda reflectit en un major protagonisme de les places de classe mitjana i alta (veure capítol 5). Aquest esforç de modernització de la planta hotelera es veu complementat des de mitjans dels noranta amb el Programa de Qualitat en els Sectors Empresarials, dirigit per la iniciativa privada, l'ICTE (Institut per a la Qualitat Turística Espanyola), amb el suport de

l'administració central, que pretén implantar sistemes de qualitat específics per als diferents serveis turístics. En una primera fase comprenia els hotels i apartaments turístics, agències de viatges, restaurants, càmpings i ciutats de vacances, estacions d'esquí i cases rurals. En els darrers anys s'han incorporat els autocars de turisme, balnearis, camps de golf, convention bureau, espais naturals protegits, oficines d'informació turística, palaus de congressos i platges. El compliment dels requeriments de qualitat exigits per cadascun dels subsectors es gratifica amb la concessió de la Q de Qualitat Turística. Aquest tipus de certificació, és inexistent en les destinacions de Roses, Blanes, Calafell i El Vendrell, tenint una major difusió en l'àmbit hotelier (veure quadre 6.3). No obstant, Blanes des de la regidoria de promoció econòmica està desenvolupant el seu propi Pla de Qualitat Turística. Aquest pla és menys exigent que el de Qualitat en Sectors, limitant-se a donar a conèixer als negocis els requisits i obligacions que han de complir segons la normativa vigent (política lingüística, horaris, garanties, devolucions, fulls de reclamacions, utilització de la via pública, estatut del consumidor, llei del tabac, etc.). Amb aquesta finalitat es realitzen visites als establiments i se'ls reparteixen uns dossiers amb la normativa i el vocabulari associat per sectors.

**Quadre 6.3 La presència de la Q de Qualitat en les principals destinacions turístiques litorals catalanes**

	Hotels i apartaments turístics	Càmpings	Agències viatge	Oficina turisme	Platges	Restaurant
<b>Roses</b>						
L'Escala						(1)
Castell-Platja d'Aro	(1)				(1)	
<b>LLoret de Mar</b>	(7)	(1)	(1)	(1)	(2)	
Blanes						
<b>Calella de Mar</b>	(1)				(1)	
<b>Sitges</b>	(1)		(1)			
Calafell						
<b>El Vendrell</b>						
Vila-seca	(1)					
<b>Salou</b>	(5)	(1)				
<b>Cambrils</b>		(1)				

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.icte.es> (16-10-2008).

La Q de Qualitat Turística es vol convertir en una marca de prestigi, diferenciadora i fiable, tanmateix el seu reconeixement fora d'Espanya és limitat. Per aquest fet, alguns establiments turístics opten per implantar la norma internacional ISO 9001. Aquesta norma, aprovada en el 2000, proporciona un marc efectiu per a la direcció d'una organització que de forma sistemàtica dissenya, desenvolupa i millora la qualitat dels seus productes i serveis, de cara a aconseguir la satisfacció final del client. A Catalunya, tres de les principals destinacions litorals catalanes, disposen d'establiments amb aquesta certificació: Salou (Hotel Belverde Salou, Hotel Villamarina, Hotel Las Vegas; Cambrils (Hotel Port Eugeni); i Lloret (Hotel Athene Neos, Hotel Santa Marta, Hotel Oasis Park, Hotel Aquarium, Hotel Athene).

Tenint en compte que el turisme és una activitat econòmica transversal, formada tant per sectors entesos per turístics (hotels, restauració, etc.), com per d'altres no considerats estrictament turístics però imprescindibles per satisfer les necessitats dels visitants (comerç, transport urbà, seguretat, etc.). A partir de l'any 2000 es posa en marxa el projecte Sistema Integral de Qualitat Turística Espanyola en Destinacions (SICTED), que contempla aquesta naturalesa transversal i s'orienta a aconseguir uns estàndards de qualitat homogenis dins una mateixa destinació. El SICTED proporciona un impuls de la qualitat des d'un punt de vista global, contribuint d'aquesta forma a la creació d'una consciència integral de l'espai. Al mateix temps que persegueix la identificació d'objectius comuns per part de tots els agents, públics i privats, turístics i no turístics implicats. Fins al moment s'han creat guies de bones pràctiques per vint-i-quatre tipologies d'empreses i serveis: agències de viatges, albergs, lloguer de cotxes, artesans, bars i cafeteries, càmpings, cases rurals, comerç turístic, convention bureau, oci actiu, espais naturals, estacions d'esquí, guies turístiques, hotels i apartaments, oficines de turisme, operadors de congressos, palaus de congressos, platges, ports esportius, policia local, restaurants, taxis, centres d'interès turístic (museus, centres d'interpretació, etc.). La seva implantació a Catalunya es concentra principalment a la província de Barcelona, on participen la comarca de l'Alta Anoia, costa del Baix Llobregat, ruta modernista del Vallès Oriental, costa de l'Alt Maresme, Garraf, Berguedà, Vic, Portes del Montseny, Caldes de Montbui i Vall de Sau-Collsabra, gràcies a l'impuls donat per la Diputació de Barcelona, en col·laboració amb la Secretaria General de Turisme, la Federació Espanyola de Municipis i Províncies i la Cambra Oficial de Comerç,

Indústria i Navegació de Barcelona. La resta de províncies presenten una menor nivell d'incidència, comarca del Baix Empordà (Girona); Cambrils i El Vendrell (Tarragona); la ciutat de Lleida i La Seu d'Urgell (Lleida).

## **2. SINGULARITZACIÓ**

El model clàssic de turisme de sol i platja, estandaritzat i massificat, sembla no respondre a les noves demandes i hàbits de consum. El turista busca en les seves vacances alguna cosa més que serveis i anar a prendre el sol, desitja participar, viure experiències autèntiques on les emocions i els sentiments juguen un paper destacat. Aquests canvis han fet necessària la incorporació en la destinació de noves infraestructures i activitats turístiques complementàries per tal de mantenir l'atractivitat i aportar quelcom diferenciador respecte a la resta de competidors.

L'adaptació de l'oferta tradicional de sol i platja a les noves exigències de la demanda es basa en un primer moment, mitjans de la dècada dels vuitanta, en la construcció de diversos parcs aquàtics, on s'ofereix a l'usuari múltiples atraccions que potencien el gaudi de l'aigua, així com alternatives d'esbarjo per a totes les edats (mini-golf, shows d'animals exòtics, circuits de Karts, camps de voleibol, etc.). Les destinacions de Roses, Castell-Platja d'Aro, Lloret, Blanes i Vila-seca són clars exemples d'aquest procés.

Durant els anys noranta el camp de golf es converteix en la via més comú per a la diversificació de l'oferta, degut a la popularització de la pràctica d'aquest esport a nivell internacional. Set de les dotze principals destinacions litorals catalanes aposten per aquest producte esportiu (Castell-Platja d'Aro, Lloret, Calafell, El Vendrell, Vila-seca, Salou i Cambrils). Paral·lelament, a meitat dels noranta es desenvolupa un nou equipament d'entreteniment, el parc temàtic, que donat l'important impacte territorial i la forta inversió econòmica necessària per a la seva posada en marxa, disposa d'una implantació limitada. A Catalunya s'instal·la el parc temàtic Port Aventura (situat entre els municipis de Vila-seca i Salou), gràcies a la confluència de tot una sèrie de factors, entre els que destaquen dos:

- Predisposició política: la Generalitat va jugar un paper principal com a mediador amb els propietaris de l'empresa Bush Gardens (promotors del

projecte), va crear el marc legislatiu adequat i va invertir conjuntament amb l'administració local en la millora i incorporació de noves infraestructures indispensables per al bon funcionament de la dinàmica turística (Anton, 1997).

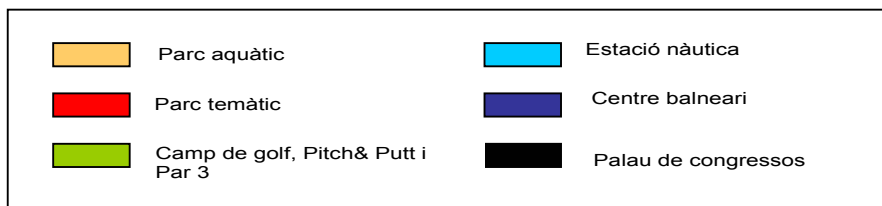
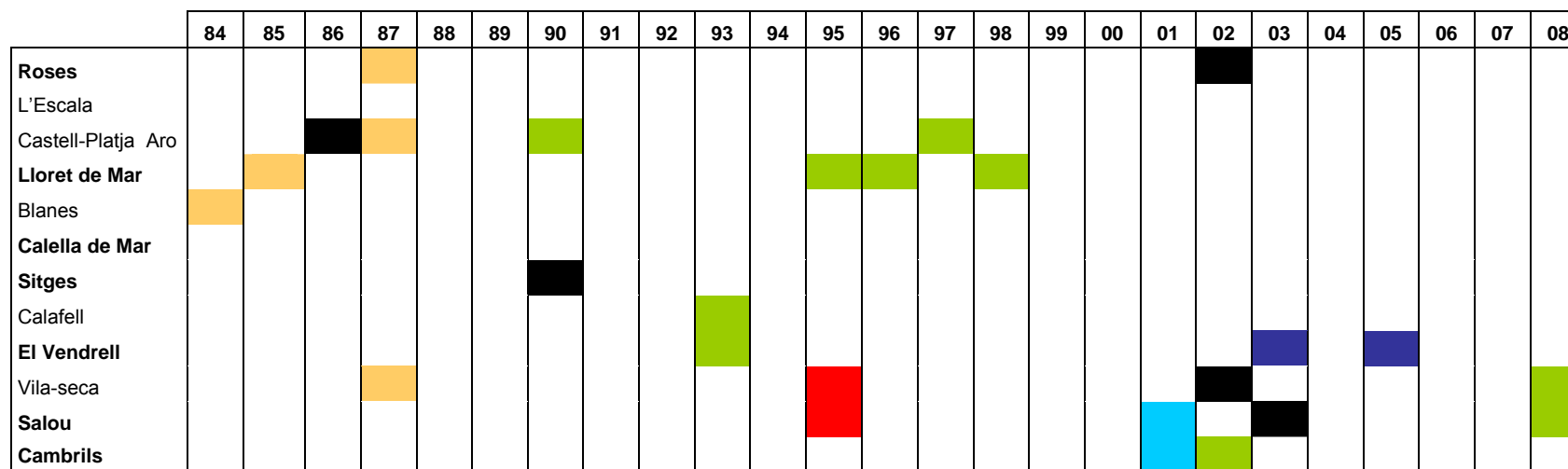
- Existència d'una demanda turística rellevant en la zona, tant a nivell internacional com a escala regional. A més d'un important mercat potencial, com és en aquest cas l'àrea metropolitana de Barcelona.

En la dècada actual, s'incorpora al litoral català el producte estacions nàutiques, encara que ja hi havia hagut el precedent de l'E.N. de l'Estartit-Illes Medes (1998). La nàutica és una activitat lúdica i esportiva amb una gran projecció, que en ocasions té una funció de complementarietat i d'altres vegades es converteix en el principal atractiu d'una destinació. En aquest sentit, les estacions nàutiques són un element que contribueix a millorar i fer més accessible el producte nàutic. També és característic d'aquest període, l'expansió de l'oferta de salut, que es deu a l'augment del benestar econòmic i cultural de la població. El Vendrell, municipi amb llarga tradició balnearia, durant els darrers cinc anys ha dut a terme les primeres temptatives per potenciar el turisme termal i de salut en sentit ampli.

Una altra de les estratègies de singularització empreses en algunes destinacions consolidades ha estat la dotació de palaus de congressos, auditoris i teatres. Aquestes instal·lacions dedicades a reunions, congressos, convencions i acolliment d'actes social i culturals han estat impulsades per part de l'administració pública, ja des de finals dels vuitanta fins a l'actualitat, en els municipis de Castell-Platja d'Aro, Sitges, Roses, Vila-seca i Salou.

En definitiva, es detecta una clara aposta per la diversificació i singularització de l'oferta en el litoral català, que s'inicia amb productes marcadament temporals, com són els parcs aquàtics, integrant més tard productes consumibles durant tot l'any (parcs temàtics, camps de golf i les seves variants, estacions nàutiques, centres balnearis, palaus de congressos), fet que repercuteix notablement en la desestacionalització de la demanda i en l'increment del nombre de turistes (veure quadre 6.4).

**Quadre 6.4 Evolució dels equipaments turístics en les principals destinacions litorals catalanes (1984-2008)**



\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia.

## **2.1 Equipaments recreatius: parcs aquàtics i parcs temàtics**

Les primeres iniciatives vinculades a l'estratègia de singularització es concreten en el litoral català amb el desenvolupament de parcs aquàtics, que daten dels anys vuitanta, com el Marineland (zoo marí-delfinarium i parc aquàtic) a prop de Blanes (1984); Water World a Lloret de Mar (1985); l'Aqua Brava a Roses (1987); l'Aquadiver a Castell-Platja d'Aro (1987); i l'Aquopolis a Vila-seca (1987). Un cas a part és el Rioleón Safari localitzat en les proximitats de El Vendrell, el qual va néixer al 1972 com a recinte de fauna africana i més tard es convertí en parc aquàtic, actualment anomenat Aquapark Safari Aqualeón. L'èxit d'aquesta oferta d'oci destinada al segment familiar i als joves, rau en la tasca constant de renovació i innovació de les seves instal·lacions, entre les més recents destaquen les següents:

- Aqua Brava: en el 2001 va estrenar una piscina tropical de 5.000 m<sup>2</sup> que provoca onades d'un metre i mig d'alçada. En el 2005 amb l'objectiu d'aconseguir allargar la temporada es creà el Laberint Parc, espai lúdic que posa a prova el sentit de l'orientació.
- Aquadiver: en el 2003 s'inaugurà una nova atracció, una muntanya russa aquàtica.
- Water World: en el 2002 presentà l'atracció Tornado i en el 2004 la Boomerang.
- Marineland: en el 2003 va construir un gran aviari d'aus exòtiques, va adequar un espai per acollir a un grup de flamencs, realitzà millores en les exhibicions dels animals, es dissenyaren noves activitats per als escolars (camps d'estiu sobre naturalesa i medi ambient, així com un taller amb els dofins) i s'incorporà una nova atracció, el Boomerang.
- Aquopolis: en el 2002 es va crear un delfinari i en el 2006 s'ha obert una nova atracció, el Splash.
- Aquapark Safari Aqualeón: des del 2001 existeix una zona amb equipaments per a la pràctica d'un gran nombre d'activitats d'aventura i turisme actiu (tir amb arc, quads, escalada, tirolines, ponts penjants, pista de 4x4, etc.).



Més endavant, a mitjans dels noranta, s'introdueix a Espanya una nova forma de entendre l'oci, el parc temàtic, equipament que té com a finalitat l'entreteniment a partir d'atraccions, espectacles, restauració, etc., relacionades amb un argument determinat (recreació d'altres països, cultures, el món del cinema, els contes, etc.) A Catalunya aquest tipus de projecte es materialitzà amb la construcció de Port Aventura, localitzat entre Vila-seca i Salou. Aquest parc inaugurat en el 1995, el primer a Espanya, pretén simular un viatge per les cultures més emblemàtiques del món: la Mediterrània, Mèxic, Polinèsia, Xina i Far West (veure figura 6.1).

Figura 6.1 Croquis de Port Aventura



Font: <http://www.portaventura.com>

Des de la posada en marxa del parc s'han realitzat importants inversions en el disseny de nous productes, sobretot atraccions, per tal de reinventar-se continuament i evitar caure en una situació d'obsolència. Cronològicament, les atraccions incorporades al llarg de les dotze temporades de funcionament són les següents:

- 1997: Stampida i Tomahawk (Far West).
- 1998: substitució de l'atracció Tifón per una muntanya rusa infantil, el Tami- Tami (Polinèsia).
- 2000: Sea Odyssey (Polinèsia).
- 2001: Templo del Fuego (Mèxic).
- 2005: Hurakan Condor (Mèxic).
- 2007: Furious Bacus (Mediterrània, zona que tenia únicament un paper d'entrada i sortida del parc).

Per altra banda, dins el pla d'expansió del Port Aventura com a resort s'han creat nous espais d'oci, el parc aquàtic Costa Caribe (2002), el Beach Club (2006) i el Port Aventura Golf (2008); al mateix temps que s'han ampliat serveis amb l'obertura de tres hotels de quatre estrelles tematitzats, el Port Aventura (2002), el Paso (2002) i el Caribe Resort (2003). L'oferta es completa amb l'organització d'esdeveniments especials com la Festa de Halloween que es celebra des de l'any 2000 (setembre i novembre) i la Festa de Nadal a partir del 2001 (desembre i gener).

Els efectes de Port Aventura en l'estructura turística de Salou i Vila-seca han estat evidents, fent-se extensibles per al conjunt de la Costa Daurada. Més enllà dels relacionats amb l'activitat com és l'enriquiment del producte tradicional de sol i platja, la generació de majors fluxos de demanda, especialment del segment familiar, la desestacionalització i millora de la imatge. El parc ha generat importants efectes sobre el territori, que es concreten en la reordenació i el desenvolupament del sistema d'infraestructures (xarxa de transport i cicle de l'aigua) i en la variació del model d'implantació urbana, ja que el parc recrea en un entorn privat concentrat un espai imaginari d'ús públic (Anton, 1997).

## 2.2 Oferta esportiva: els camps de golf i les estacions nàutiques

El turisme de golf és un dels productes turístics amb un creixement més important, tant pels seus efectes directes sobre els ingressos turístics com per la seva contribució a la diversificació i desestacionalització de l'activitat. El golf origina a Europa 1,6 milions de viatges anuals, dels quals un 35% es dirigeixen a Espanya, generant un volum de negoci de 1.000 milions d'euros (segons dades del "Estudi sobre la demanda estrangera de golf: la promoció i comercialització del turisme de golf a Espanya", 2004). L'actual política turística espanyola, davant els beneficis que aporta aquesta activitat, ha convertit el turisme de golf en un dels principals segments de mercat en quant al disseny de nous productes.

Catalunya amb un total de 42 camps de golf és la segona comunitat autònoma amb major nombre de camps després d'Andalusia (veure quadre 6.5). Aquesta xifra s'incrementa si es tenen en compte els Pitch & Putt i els Par 3, modalitats que a diferència del camp de golf convencional, requereixen un menor temps de durada en el joc (per les menors dimensions), no és necessari ser soci de cap club i els preus són més assequibles.

**Quadre 6.5 Oferta de camps de golf a Espanya**

Comunitats autònomes	Núm. camps de golf
Andalusia	103
Aragó	7
Astúries	13
Balears	23
Canàries	21
Cantàbria	7
Castella la Manxa	11
Castella Lleó	24
Catalunya	42
Extremadura	4
Galícia	14
La Rioja	3
Madrid	31
Múrcia	11
Navarra	3
País Basc	11
València	27

**Font:** Elaboració pròpia a partir de <http://www.golfspainfederacion.com> (12-08-2008).

Malgrat alguns precedents, com el Club de Golf Terramar a Sitges, que data del 1922, el desenvolupament dels camps de golf i les seves variants no s'inicia amb intensitat fins a la dècada dels noranta, trenta-un dels quaranta-dos camps de Catalunya s'han obert des d'aquesta data. En les principals destinacions del litoral català s'han instal·lat nou camps des dels anys noranta, en un primer moment només dos, un a Castell Platja d'Aro el Club de Golf d'Aro i l'altre a El Vendrell el Pitch & Putt del Centre de Golf El Vendrell. Més recentment, s'amplia l'oferta, a Lloret es troba el Lloret Golf Papalus Pitch&Putt, el Club de Golf l'Àngel de Lloret i l'Ecogolf Pitch & Putt, que té la particularitat d'haver estat construït sobre un antic abocador segellat; a Castell-Platja d'Aro s'inaugura el Pitch & Putt Platja d'Aro; a Calafell el Club de Golf La Graiera; a Vila-seca i Salou el Port Aventura Golf; i a Cambrils el Pitch & Putt Golf Par 3 Cambrils, amb el que s'estrena en aquest tipus d'oferta (veure quadre 6.6). També s'ha de destacar l'existència de diversos camps que poden servir com a complement d'algunes destinacions per la seva proximitat, el Club de Golf Costa Daurada Tarragona al Catllar-Tarragona (1981), el Club de Golf Reus AigüesVerds a Reus (1989) i del Club de Golf Bonmont Terres Noves (1990) a Mont-roig del Camp, que poden atreure part de la demanda de les destinacions de Cambrils, Vila-seca o Salou. El golf Pitch & Putt Gualta (1999) de Torroella de Montgrí amb l'Escala; el Club de Golf Costa Brava de Santa Cristina d'Aro (1968) amb Blanes; i el Golf Centre Sant Jaume dels Domenys (1994) amb El Vendrell.

Aquests complexos esportius sovint estan associats a urbanitzacions, com succeeix a Sitges amb la ciutat jardí Vinyet-Terramar; a Castell-Platja d'Aro el Club de Golf d'Aro es localitza junt a la urbanització el Mas Nou; a Lloret el Golf Papalus Pitch & Putt es situa en la urbanització Papalús; el centre de El Vendrell es vincula a la urbanització Vendrell de Mar; a Cambrils amb la urbanització Vilafortuny, a Mont-roig en la urbanització Terres Noves; i a Reus el camp es situa al costat de la urbanització Aigüesverds.

**Quadre 6.6 Oferta de camps de golf i variants en les principals destinacions litorals catalanes**

Destinacions	Camps de golf i variants	Any creació
<b>Lloret de Mar</b>	Club de Golf Angel de Lloret	1995
	Ecogolf Lloret Pitch & Putt	1996
	Lloret Golf Papalús Pitch & Putt	1998
Castell-Platja d'Aro	Golf d'Aro	1990
	Pitch & Putt Platja d'Aro	1997
<b>Sitges</b>	Club de Golf Terramar	1922
Calafell	Club de Golf La Graiera	1995
<b>El Vendrell</b>	Pitch & Putt del Centre de Golf El Vendrell	1993
Vila-seca i <b>Salou</b>	Port Aventura Golf	2008
<b>Cambrils</b>	Pitch & Putt Golf Par 3	2002

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.catgolf.com> (16-10-2008).

Les destinacions de Salou i Vila-seca ofereixen aquest tipus de producte des de l'estiu del 2008. Es tracta de tres camps de golf, dos de divuit forats (camp nord i camp sud) i l'altre de nou (camp centre), que conformen "Port Aventura Golf". Aquestes instal·lacions s'integren en el pla d'expansió del part temàtic, que preveu també una urbanització residencial de 2.477 habitatges de diferent tipologia i superfície.

El turisme de golf ha estat un element clau per a la reestructuració del sector, si es té en compte l'alt nivell de despesa que realitza aquest segment de demanda i el fet que els clients utilitzen aquest equipament durant tota la temporada. Per contra, s'ha de considerar que és una activitat altament consumidora d'aigua i sòl superior al d'altres modalitats turístiques, no tant pels camps de golf, sinó per les promocions d'habitatges unifamiliars que hi van incorporades.

Tradicionalment el turisme nàutic s'ha basat en la comercialització d'una sèrie d'instal·lacions i activitats entorn els ports esportius, sense voluntat d'integrar les ofertes i serveis turístics en productes conjunts. Per aquest motiu, des de la Secretaria d'Estat de Turisme, en la línia de nous productes es va crear el 1996 el projecte Estació Nàutica, que promou la diversificació i desestacionalització de l'oferta turística. Segons la Secretaria, es tracta d'orientar les destinacions de sol i platja cap al disseny de productes nàutics integrats, basats en activitats

nàutiques generals (vela, submarinisme, motos aquàtiques, etc.), acompanyades d'una àmplia oferta d'allotjaments, així com una oferta d'activitats complementàries (golf, hípica, oferta nocturna, etc.). A Espanya existeixen actualment vint-i-cinc estacions nàutiques, de les quals cinc es situen en el litoral català (veure quadre 6.7). Totes elles formen part de Xarxa Espanyola d'Estacions Nàutiques, associació que té com a principals objectius: estructurar l'actual oferta nàutica, oferir un servei integrat i crear un producte de qualitat diferenciat de l'oferta esportiva d'altres països. Paral·lelament, les cinc estacions catalanes s'agrupen en l'Associació d'Estacions Nàutiques de Catalunya, per tal d'executar accions promocionals conjuntes.

Les estacions nàutiques estan especialitzades en la preparació de propostes d'activitats vora el mar, tant per a la diversió com per a la pràctica de l'esport de forma individual o en grups (amb programes enfocats per a escolars, universitaris i empreses). L'Estació de Salou- Cambrils-Mont-roig /Miami Platja, inaugurada en el 2001, ofereix propostes monogràfiques dedicades a una tipus d'esport determinat (windsurf, vela, catamarán, esquí nàutic, esquí bus, parasailing, motonàutica, submarinisme, creuers, excursions en catamarà gran i xàrter); o bé multiactivitat, que combina un o més esports amb activitats complementàries (Port Aventura, Costa Caribe, Aquopolis, golf, BTT, esports d'aventura, rutes culturals com la "Reus Modernista" o bé la "Tarragona Romana", etc.). Al mateix temps, l'estació ofereix una sèrie de paquets de productes que inclouen l'allotjament i un pla d'activitats, dirigits a dos tipus de públic: el més jove, que busca preus econòmics, anomenat Aventura Jove (amb deu propostes) i el familiar, conegut per Escapades (disposa de set opcions: Emociona't! Realitat o ficció?/ Golf? Esport familiar/ Reus, París, Londres. Shopping & Cultura/ Cotxes, motos o animals salvatges? Tu escull! Cultura i golf, aprèn i disfruta/ Atenció! Inmersió imminent!/ Multiaventura). Tots dos estan pensats per realitzar-se durant els caps de setmana. Tanmateix, existeix la setmana multiactivitat, paquets de major durada temporal, d'entre cinc i set dies.

Fins al moment la contractació d'aquests serveis era via telefònica o a través d'empreses de touoperadors. L'obertura d'un nou portal [www.teatreves.info](http://www.teatreves.info), posat en marxa per l'Associació Espanyola d'Estacions Nàutiques, permet fer les reserves on-line, modalitat que respon a les necessitats d'un turista cada vegada

*Capítol 6. Les estratègies de reestructuració*

més independent. Segons el Balanç del Turisme d'Espanya 2005 (Institut d'Estudis Turístics d'Espanya), el número de turistes que han utilitzat internet en relació al seu viatge s'ha incrementat un 9% respecte al 2004, suposant el 39,7% del total de turistes no residents que van visitar Espanya.

**Quadre 6.7 Oferta d'estacions nàutiques a Espanya**

Comunitats autònomes	Estacions nàutiques	Any creació	Municipis associats
Andalusia	E.N Tarifa	1997 (inactiva)	Tarifa
	E. N. Costa Tropical	2001	Almuñecar
	E. N. Isla Cristina	2002	Isla Cristina
	E.N. Bahía de Almería	2006	Almería
Astúries	E. N. Gijón-Costa Verde	2001	Gijón
	E. N. Llanes	2002	Llanes
Balears	E. N. Maó (Menorca)	2004	Maó, Sant Lluís, Es Castell
	E. N. Fornells (Menorca)	2004	Es Mercadal, Alaior, EsMigjorn Gran
	E. N. Ciutadella (Menorca)	2004	Ciutadella, Ferreries
	E. N. Santa Eulària (Eivissa)	2006	Santa Eulària
	E.N. Sant Antoni i Sant Josep (Eivissa)	2006	Sant Antoni, Sant Josep
Canàries	E.N. Lanzarote Sur	2008	Yaiza, Tias i Arrecife
	E.N. Mogán-Gran Canaria Sur	2008	Mogán
	E.N. Lanzarote Norte	2008	Costa Teguisse
Cantàbria	----	----	---
Catalunya	E. N. Estartit- Illes Medes	1998	Torroella de Montgrí-L'Estartit
	E. N. Palamós- Calonge- Sant Antoni	2003	Palamós, Calonge-Sant Antoni
	E. N. Santa Susanna	2006	Santa Susanna
	E. N. Vilanova i la Geltrú	2003	Vilanova i la Geltrú
Galícia	E. N. Salou- Cambrils- Mont-roig/ Miami Platja	2001	Salou, Cambrils , Mont-roig
	E. N. Rías Baixas	2001	Cambados, Meaño, Meis, O Grove, Illa de Arousa, Ribadumia, Sanxenxo, Vilanova de Arousa, Vilagarcía de Arousa (Comarca O Salnés)
Múrcia	E.N. Ribadeo	2007	Ribadeo
	E. N. Mar Menor	1996	Cartagena, San Javier, Los Alcázares, Sant Pedro del Pinatar
País Basc	----	----	---
València	E.N. Benicarló-Penyíscola	2008	Benicarló, Penyíscola
	E.N Columbretes	2002 (inactiva)	Alcalà de Xivert, Benicàssim, Oropesa del Mar
	E. N. Marina Alta	2000	Benissá, Calpe, Denia, Xabia
	E. N. Badia d'Altea	2001	Benidorm, Alfàs del Pi, Altea
	E. N. Alacant- El Campello i Santa Pola	2000 (inactiva)	Alicante, El Campello, Santa Pola

Font: Elaboració pròpia a partir de [http:// www.estacionesnauticas.info](http://www.estacionesnauticas.info) (20-10-2008).

Aquesta iniciativa ha tingut escàs èxit en la Comunitat Valenciana, ja que dues de les quatre estacions s'han vist obligades a tancar, l' E.N. Columbretes i E.N Alacant-El Campello i Santa Pola, al igual que ha succeït amb l'E.N. Tarifa, a Andalusia. De fet, les estacions nàutiques sovint han estat rodejades de problemes vinculats a:

- Manca d'ajudes per part dels ajuntaments de les localitats beneficiades.
- Enfrontaments entre municipis per situar la seu de l'estació nàutica.
- Abandonament del projecte per part dels membres participants al no veure acomplertes les expectatives generades.
- Poca tradició de treball cooperatiu dins l'empresariat turístic, i al mateix temps amb l'administració.
- Escassa participació econòmica del petit empresariat turístic, el qual està poc disposat a assumir riscos.
- Elevada rotació del personal que gestiona l'estació.
- Manca de comunicació de la informació entre els associats.
- Baix coneixement per part de la població local de l'existència d'una estació nàutica en la seva localitat.
- Marcades diferències entre estacions nàutiques, n'hi ha que agrupen gran nombre d'associats com la de l'Estartit i la del Mar Menor i per tant disposen de major pressupost per dur a terme actuacions respecte d'altres, fet que es converteix en una gran barrera per dur a terme actuacions conjuntes.

### **2.3 Oferta de congressos**

La dotació d'infraestructures per a reunions, congressos, convencions i viatges d'incentiu ha estat una altra de les vies per a reposicionar algunes de les destinacions consolidades del litoral català. Des de l'àmbit privat, és freqüent que el sector hotelier de categoria mitjana-alta hagi invertit en equipar els seus establiments amb sales habilitades per aquests tipus d'activitats. Tal com ho



demostren les xifres (quadre 6.8), en quinze anys s'ha produït un increment significatiu de l'oferta hotelera amb sales de congressos en els municipis de Roses, Castell-Platja d'Aro, Lloret, Calella, Sitges i Salou. De tots ells destaca Sitges, on des del 1992 l'Hotel Melià Sitges ofereix un palau de congressos, amb una superfície de 4.000 m<sup>2</sup>, repartits en salons multifuncionals que poden acollir fins a 2.000 convidats, i d'un auditori amb capacitat per a 1.380 persones; des del 2004 la localitat també disposa del centre de convencions de l'Hotel Dolce Sitges (inaugurat en el 2004) amb 2.175 m<sup>2</sup> de superfície per a reunions, distribuïts en dos amfiteatres, deu sales de reunions i vint-i-cinc sales de subcomissió. L'Hotel Dolce Sitges pertany al grup Dolce International, especialitzat en centres de conferències i convencions.

**Quadre 6.8 Nombre d'hotels amb sales de reunions**

	1990	2005
<b>Roses</b>	5	10
L'Escala	---	2
Castell-Platja d'Aro	6	13
<b>Lloret de Mar</b>	15	21
Blanes	4	2
<b>Calella de Mar</b>	6	11
<b>Sitges</b>	9	14
Calafell	1	1
<b>El Vendrell</b>	2	6
Vila-seca	1	3
<b>Salou</b>	6	25
<b>Cambrils</b>	5	9

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Guies Oficials d'Hotels d'Espanya (SGT).

Aquestes instal·lacions es veuen complementades amb iniciatives de caràcter públic com la construcció de Palau d'Esports i Congressos a Castell-Platja d'Aro (1986), l'acondicionament del Palau Maricel a Sitges (a principis dels noranta), el Teatre de Roses (2002), l'Auditori de Vila-seca (2002) i el Teatre Auditori de Salou (2003), espais polivalents concebuts per acollir tot tipus d'esdeveniments socials, culturals i professionals.

Una de les fórmules més comuns per promocionar i comercialitzar l'oferta de congressos és a través dels convention bureau. Sitges la segona destinació en

importància de Catalunya en quant aquest segment, després de Barcelona, compta des del 2004 amb el Sitges Convention Bureau. Aquest programa impulsat pel patronat municipal de turisme, on hi participen diferents empreses relacionades amb el turisme de negocis i en general d'esdeveniments, té com a principal objectiu servir d'intermediari entre l'oferta i la demanda, assessorant als professionals sobre els possibles llocs de celebració, serveis auxiliars, allotjament, etc.

En un futur pròxim estan previstos nous equipaments, entre els que es troben un centre de convencions a Port Aventura per més de 4.000 persones, que serà operatiu en el 2009; la construcció d'un teatre auditori i palau de congressos a Cambrils amb una capacitat per a 600 persones que es calcula tenir acabat en el 2009; i un gran pavelló polivalent a Lloret.

#### **2.4 Oferta de salut**

La preocupació per l'estètica i l'alt ritme de vida de la societat contemporània, han provocat que la salut, el descans, la tranquil·litat, el contacte amb la naturalesa i el culte a la bellesa siguin valors en alça. Per aquest motiu el turisme de salut en sentit ampli (combinació de finalitats curatives amb les d'oci), és vist com una nova oportunitat a l'hora de diversificar el producte.

En aquesta línia, El Vendrell està treballant per recuperar la tradició termal que l'havia caracteritzat des de finals del segle XIX, arran del descobriment d'una surgència d'aigües amb propietats terapèutiques, en la zona de Coma-ruga. Aquesta pràctica turística reservada en el passat a una minoria benestant torna amb força, després d'anys d'oblit eclipsada per l'entrada del turisme masses. Recentment, la família propietària de l'antic balneari Brisamar, construït als anys vint, ha tirat a terra l'edifici i ha aixecat un nou hotel de quatre estrelles i 120 habitacions inaugurat en el 2006, l'Hotel Termaeuropa Platja de Coma-ruga, el qual disposa d'instal·lacions de balneoteràpia obertes al públic en general, (sense haver d'estar allotjat en l'hotel) dividides en dues zones. La primera és de relax on es troba una piscina exterior, una lúdica interior amb aigües termals, un balneari infantil i un circuit romà. En la segona zona s'ofereixen diferents tractaments anitestrés i un departament de bellesa i estètica.

El projecte inicial d'aquest hotel contemplava també l'adquisició per part de l'ajuntament dels terrenys de la zona Tabaris, que ara explota la mateixa família promotora del nou establiment, per destinar-les a banys públics, proposta que de moment està en procés.

No obstant, l'aposta per l'oferta de salut a El Vendrell ja s'havia iniciat el 2003 amb l'obertura de l'Hotel Ra Beach Thalasso-Spa, aprofitant l'estructura de l'antic Sanatori de Sant Joan de Déu ubicat a la Platja de Sant Salvador. Aquest complex hoteler de cinc estrelles amb 143 habitacions, ofereix un centre de talassoteràpia, on els tractaments es basen en la utilització de l'aigua del mar, donades les característiques especials d'aquest tram de litoral, que conté un elevada concentració de iode (deu vegades superior a la mitjana del mar Mediterrani, gràcies un important banc d'algues).

Per tot això, El Vendrell s'ha adherit a la Secció de Municipis amb Aigües Minerals i Termals de la Federació Espanyola de Municipis i Províncies, a fi de millorar i promocionar aquest tipus de turisme.



## **2.5 Marques d'especialització**

Durant els darrers anys, l'administració turística autonòmica (Turisme de Catalunya) estimula la creació i reconeixement de marques diferenciades de qualitat per a les destinacions especialitzades concretament en turisme familiar i turisme esportiu.

La marca Destinació Familiar distingeix aquells municipis que disposen d'infraestructures i serveis pensats per a tots els membres de la família. Les destinacions que compten amb aquesta certificació garanteixen disposar d'una especial atenció a les normes de seguretat tant dels espais públics com privats; tenen un ampli programa d'animació, serveis i activitats per als nens; disposen d'instal·lacions adequades per als més petits tant en els espais públics, allotjaments com oferta complementària; faciliten informació de les activitats programades i disposen de serveis mèdics i farmàcies de guàrdia (<http://www.gencat.net/turistex>). Actualment, hi ha vuit municipis a Catalunya amb el certificat de Destinació de Turisme Familiar (veure quadre 6.9), cinc dels quals corresponen a les principals destinacions del litoral català: Calella de Mar (2003), Salou (2003), Santa Susanna (2003), Blanes (2006), Calafell (2006),

Pineda de Mar (2006), Malgrat de Mar (2007), Cambrils (2007) i Torroella de Montgrí-L'Estartit (2008). Mentre que es troben en procés Roses, Palamós, Calonge, Tossa de Mar, Lloret de Mar, Barcelona i Deltebre. És de destacar que tots els municipis que han optat a aquesta distinció són municipis litorals, quan no hi ha cap requisit que limiti les possibilitats de les destinacions d'altres àmbits territorials.

**Quadre 6.9 Les principals destinacions turístiques litorals catalanes certificades amb la marca Destinació Familiar i Destinació Esportiva**

		 Destinació Familiar	 Destinació Esportiva
<b>Roses</b>	en procés		
L'Escala			
Castell-Platja d'Aro			
<b>LLoret de Mar</b>	en procés		X
Blanes	X		
<b>Calella de Mar</b>	X		
<b>Sitges</b>			
Calafell	X		
<b>El Vendrell</b>			
Vila-seca			
<b>Salou</b>	X		
<b>Cambrils</b>	X		

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.gencat.net/turistex> (25-04-2008).

La marca Destinació Esportiva reconeix els municipis que destaquen per oferir unes instal·lacions de qualitat per a rebre turistes que vulguin practicar activitats esportives. Les destinacions que volen optar a aquest segell es poden certificar en tretze esports diferents: rem-piragüisme en aigües tranquil·les, piragüisme en aigües braves, natació, paracaigudisme, ciclisme, BTT, esports col·lectius (bàsquet, handbol, voleibol, futbol sala, etc.), running i triatló, senderisme d'alta muntanya, futbol, atletisme, tennis i vela lleugera. Aconseguir aquesta certificació assegura que la zona turística gaudeix d'una climatologia benigne per a poder practicar esports a l'aire lliure durant tot l'any, serveis especialitzats per al turista esportiu, equipaments esportius adequats per a la pràctica de cadascun dels esports, serveis sanitaris (especialment de medicina esportiva), variada oferta

comercial relacionada amb la temàtica i una atractiva oferta turística en general (<http://www.gencat.net/turistex>). Es tracta d'un segell que s'ha concedit a zones turístiques d'interior, com Banyoles-Pla de l'Estany (2003), Val d'Aran (2003), Sort (2006), La Seu d'Urgell (2006), però també de costa, com Castelló d'Empúries-Empuriabrava (2003), Lloret de Mar (2006) i Santa Susanna (2008).

**Quadre 6.10 Modalitats esportives que han proporcionat el certificat de Destinació Esportiva**

	Banyoles-Pla de l'Estany	Val d'Aran	Sort	La Seu d'Urgell	Castelló d'Empúries-Empuriabrava	<b>Lloret de Mar</b>	Santa Susanna
Rem-Piragüisme en aigües tranquil·les	X						
Piragüisme en aigües braves			X	X			
Natació	X						
Paracaigudisme					X		
Ciclisme	X					X	X
BTT	X			X			X
Esports col·lectius			X	X		X	X
Running i triatló	X						
Senderisme d'alta muntanya		X					
Futbol		X	X	X	X	X	
Atletisme						X	
Tenis							
Vela lleugera							X

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.gencat.net/turistex> (25-04-2008).

### 3. SOSTENIBILITAT

El desenvolupament turístic tradicional s'ha fonamentat en una ocupació intensiva del sòl de forma improvisada, sense cap tipus de planificació, i en l'explotació d'un únic recurs, el sol i la platja. Aquest tipus de creixement ha generat espais amb problemes de degradació ambiental i paisatgística, i la configuració d'una oferta massificada i indiferenciada.

A principis dels noranta, apareixen els primers símptomes d'esgotament d'aquest model que es mostra clarament insostenible. Així es comencen a definir en les principals destinacions litorals catalanes iniciatives que pretenen incorporar els

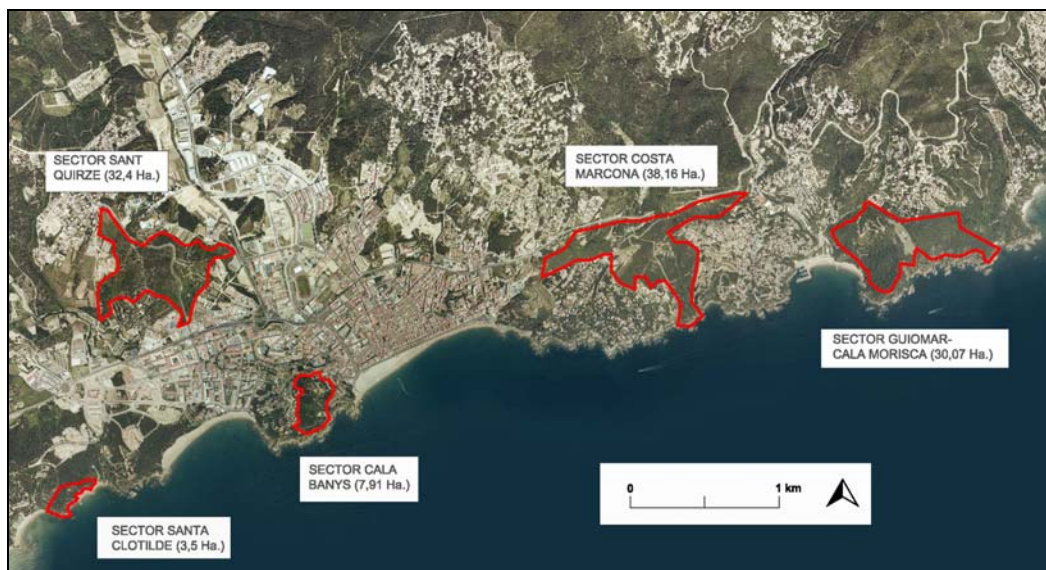
principis bàsics de la sostenibilitat a l'activitat turística, entre elles es troben la limitació del creixement urbanístic, la recuperació i posada en valor dels recursos naturals i culturals, i la implantació d'instruments de planificació i gestió turística sostenibles.

### **3.1 Limitació del creixement urbanístic**

Per tal de reconduir les expectatives urbanístiques i protegir els valors naturals, algunes destinacions turístiques consolidades han adoptat actuacions vinculades a la desclassificació de sòl urbanitzable i la preservació de determinats espais d'alt valor ecològic i paisatgístic.

Després d'anys de creixement urbanístic expansiu, Lloret de Mar ha reorientat la seva política urbanística, limitant el creixement amb el nou planejament (veure figura 6.2). L'any 2000 el sòl urbanitzable no programat situat al costat de la urbanitzacions Lloret Blau i Lloret Verd es desclassifica i passa a zona forestal de conservació en règim de sòl no urbanitzable. En el 2001 es desclassifica el sector urbanitzable Guimar-Cala Morisca, ara inclòs en el PEIN de les Massís de les Cadiretes. Aquest procés té continuïtat mitjançant la revisió del pla general d'ordenació urbana, en el que s'acorden suspensions de llicències en els sectors de Sant Quirze, Cala Banyes, Costa Marcona, els dos primers classificats com a sòl urbanitzable programat, i el darrer com a sol urbanitzable no programat. Aquestes últimes àrees, actualment amb modificacions puntuals del pla general aprovades i afectades pel Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (PDUSC) es transformen en sòl no urbanitzable (POUM Lloret, 2006). També cal destacar que la important pineda arran de mar situada entre la Platja de Fenals i els jardins de Santa Clotilde, esdevé un espai lliure mitjançant un conveni urbanístic amb el propietaris del sòl. Aquest canvi d'orientació no únicament es deu a la voluntat política de l'ajuntament, sinó també a la contribució decisiva de la ciutadania, representada per "SOS Lloret", plataforma creada en el 2003 específicament per aturar la transformació indiscriminada del territori i paisatge lloretenc.

**Figura 6.2 Sectors desclassificats a sòl no urbanitzable en el nou Pla d'Ordenació Urbana Municipal de LLoret de Mar (2006)**



**Font:** Elaboració pròpia a partir de la base cartogràfica de l'ICC.

Vila-seca, amb l'aprovació del Pla General d'Ordenació Urbana de l'any 1993, iniciava una clara aposta per la desurbanització del seu front marítim. El primer pas fou la requalificació d'aquest espai com a zona verda pública, que suposà la desclassificació de 315.000 m<sup>2</sup> de sòl i 143.500 m<sup>2</sup> de sostre edificable a la Pineda. Després vingueren les expropiacions, compra de terrenys, demolició d'edificis, fins culminar amb la creació del parc urbà públic el Pinar del Perruquet (37.369 m<sup>2</sup>). Aquest parc, en fase d'execució, pretén ser un exemple de protecció i recuperació d'aquells boscos de pinedes que cobrien el litoral fa quatre dècades, entre les accions més destacades es troben les següents (Butlletí Informació Municipal Vila-seca febrer/març 2006, núm.9 i juliol 2006, núm.16):

- Protecció del pinar de la seva degradació i replantació de pins en les àrees protegides.
- Resolució de problemes d'inundabilitat periòdics i preservació de la contaminació de sorra de la platja durant l'hivern.
- Potenciació de la part actualment lliure com a punt de trobada i de lleure.
- Divulgació de la història del pinar i de la seva antiguitat.

- Potenciació del passeig marítim davant el pinar com a lloc d'estada.
- Dotació d'espais d'aigua amb una font lluminosa, àmplia àrea d'ombra a través d'una pèrgola i espais de jocs per a infants entre 2 i 6 anys.

Blanes tenia un projecte d'urbanització de l'àrea natural de Pinya de Rosa, el darrer paratge litoral sense ocupar del terme, situat geogràficament entre la platja i urbanització de Sant Francesc, i Cala Tremual i Santa Cristina, de 50 ha de superfície i 1 km de costa. Aquest projecte contemplava l'edificació de 301 vivendes adossades, 29 cases de luxe i una zona hotelera. Per tal d'aturar la urbanització en el 2002 es va crear la plataforma ciutadana, "Salvem Pinya de Rosa" a la que hi donaren suport més de 18.000 persones. Les fortes reivindicacions socials per conservar aquest espai, que dona identitat al poble i que ben gestionat té un elevat potencial com atractiu turístic, han desembocat en la suspensió de llicències per part de l'ajuntament i en la declaració de Pinya de Rosa paratge natural d'interès nacional el 2003. Recentment, s'ha aprovat l'ampliació de l'àrea de protecció amb un pla d'espais d'interès natural (2006) que inclou terrenys del terme de Blanes i Lloret de Mar, més 100 m d'àmbit marí des de la costa.

Calella de Mar controla el creixement urbanístic amb l'aprovació del Pla d'Ordenació Urbana Municipal del 2005. En aquest pla es classifiquen com a sòl urbà aquelles àrees que ja tenien aquesta condició, únicament s'incorpora una petita part de sòl no urbanitzable de les Normes Subsidiàries del 1988, el P.M.U-8 "El Raig", a canvi de classificar sòl no urbanitzable la major part de sòl urbà no edificat, corresponent a la unitat d'actuació de "Can Carreras" (POUM Calella, 2005).

Roses, amb el recent Pla d'Ordenació Urbana Municipal (aprovat inicialment en el 2006), ha previst la preservació de 33 ha de terreny com a sòl no urbanitzable, per tal de reduir l'impacte paisatgístic i la capacitat edificatòria de determinats sectors. Entre ells destaquen Puig Rom, on s'ha evitat construir la zona tocant al Parc Natural del Cap de Creus, o bé el de Canyelles Petites- l'Almadrava, on es desclassifiquen 16 ha que impedeixen la construcció de 176 nous habitatges aïllats (POUM Roses, 2006).



Sitges, a través del POUM aprovat l'any 2006, redueix l'edificabilitat de terrenys amb excessiva pendent i desclassifica sòl urbanitzable en el polígon d'actuació urbanística de Montgavina i en la zona del Pla Parcial de Ponent (Colls-Miralpeix). En el cas de Montgavina, s'arriba a un acord amb els propietaris de la promotora per limitar l'edificació a 39.972 m<sup>2</sup>, respecte als 90.000 m<sup>2</sup> establerts en el seu moment, i la cota màxima passa de 160 a 103 m. En la zona dels Colls-Miralpeix, espai de 168 ha d'alt valor ambiental i paisatgístic (bosc de pineda d'extensió considerable) és declarat sòl no urbanitzable i preservat pel Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (POUM Sitges, 2006).

A El Vendrell, la plataforma ecologista Geven i els ciutadans en general, han dut a terme una llarga lluita (es remunta a principis dels noranta) per tal d'evitar l'urbanització de les Madrigueres, zona humida costanera de 25 ha classificada de sòl urbanitzable no programat, situada entre el Sanatori de Sant Joan de Déu i el nucli de Sant Salvador. Gràcies a l'aprovació del Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner, aquesta zona d'elevada biodiversitat (quatre-centes espècies de plantes superiors, agrupades en trenta comunitats vegetals, de les quals deu són hàbitats d'interès comunitari segons la Directiva d'Hàbitats de la Unió Europea) i de gran valor per ser la darrera àrea sense edificar del litoral vendrellenc ha quedat preservada (veure figura 6.3). L'ajuntament es va veure obligat el 2006 a realitzar una modificació puntual del seu pla general per a protegir Les Madrigueres, arribant a un acord amb la promotora, la qual construirà 1.500 cases, però en un dels seus marges. Actualment, l'ajuntament està treballant en la redacció del Pla Especial de Protecció i del Projecte de Restauració de l'Espai Protegit, que contempla la recuperació de les zones humides i garanteix la preservació de les dunes naturals.

**Figura 6.3 Espai protegit de Les Madrigueres a Sant Salvador/ El Vendrell, pel PDUSC (2004)**



**Font:** Elaboració pròpia a partir de la base cartogràfica de l'ICC.

Salou pretén protegir el poc espai que queda sense edificar en el Cap Salou i esponjar així el territori, mitjançant la compra de terrenys no construïts i edificacions que degraden el paisatge. Fins ara, les iniciatives desenvolupades han estat les suspensions cautelars de noves llicències (1999 i 2000); l'enderrocament de la discoteca Punta Dorada (edifici adquirit per l'ajuntament en el 1994); neteja i recuperació de la zona verda a l'entrada de Cala Font i l'adquisició de sòl en la Punta de Cavall. Aquestes accions han permès recuperar mediambientalment una part del Cap Salou i iniciar la construcció d'un camí de ronda, que parteix de l'extrem est de del passeig marítim de la Platja de Llevant de Salou i finalitza al principi del passeig marítim de la Pineda, ja en el terme municipal de Vila-seca. El projecte de camí de ronda de 6,5 km de longitud i 6 metres d'amplada, contempla zones d'aparcament, 8.000 m<sup>2</sup> amb capacitat per a 420 vehicles, instal·lació de mobiliari urbà i la localització de sis miradors en els punts més rellevants. El nou POUM del 2003 converteix el Cap Salou en un entorn més accessible pels ciutadans, dotant al municipi de majors espais públics.

### **3.2 Recuperació i posada en valor dels recursos naturals i culturals**

Per tal de complementar l'oferta homogeneïtzada i despersonalitzada que caracteritza el model turístic tradicional. Des de finals dels vuitanta i sobretot a partir dels noranta, les destinacions consolidades creen nous productes que integren el territori i les seves singularitats com a via per diferenciar-se d'altres destinacions.

Roses disposa d'un valuós patrimoni històric i natural, el qual s'ha activat progressivament gràcies a l'obertura del recinte de la Ciutadella (1991), la declaració del Parc Natural del Cap de Creus (1998) i la creació de la Fundació Roses Història i Natura (2002). Aquesta institució privada ha posat en marxa ambiciosos projectes encaminats a preservar i difondre el patrimoni local, entorn a cinc àmbits culturals i mediambientals (veure figura 6.4):

- Creació del Museu de la Ciutadella (inaugurat en 2004), espai on es proposa un recorregut per la història de Roses des dels orígens fins a l'època moderna.
- Museïtzació del parc megalític: disseny d'un itinerari en base a tres grans dòlmens, la Creu d'en Corbatella (2.700 a.C.), el Llit de la Generala i el Cap de l'Home (3.200 a.C), vestigis dels primers pobladors.
- Obres de consolidació i rehabilitació del Castell de la Trinitat (2002), construcció militar que data de l'any 1544. En una segona fase es contempla la instal·lació d'un museu relacionat amb la història marítima i naval de la població.
- Elaboració d'un Pla per a la Recuperació i Dinamització Sòcio-ambiental del Paratge Natural de Punta Falconera (forma part del Parc Natural del Cap de Creus), el qual preveu adequar aquest espai per a l'ús públic, i en qual s'ubicarà un centre multifuncional per acollir activitats vinculades amb la natura i la cultura.
- Projecte de creació d'un centre d'interpretació de la pesca en el Far de Roses (1864), situat en la Punta de la Poncella. En aquest centre es pretén explicar les diferents arts de pesca i la seva evolució al llarg del temps.



LLoret està realitzant les primeres passes per a la valorització turística del seu patrimoni a través de la redacció del Pla Estratègic de Gestió del Patrimoni de LLoret de Mar. Tal com recull el document, es preveu crear una gran museu a l'aire lliure, batejat com el Museu Obert de LLoret de Mar (Moll), que integrarà els diferents recursos culturals (els jaciments arqueològics de Puig de Castellet, Turó Rodó, Montbarbat i Torre de Sant Joan; arquitectura modernista com Can Saragossa i el parc Can Xardó, Can Font-Comadran; i el museu Casa Verdagner) i naturals (el jardins de Santa Clotilde i el camí de ronda) del municipi. És evident que els objectius d'aquest projecte són la diversificació del producte i la minimització dels aspectes negatius de la imatge turística de LLoret.

Blanes ha emprès recentment una iniciativa municipal per conservar i revaloritzar el seu patrimoni històric i natural, a través de la redacció d'un Pla Especial de Protecció del Patrimoni Ambiental, Paisatgístic i Històric-artístic. Les dues principals actuacions que proposa el projecte són la suspensió puntual de llicències d'edificació, reforma, rehabilitació i/o enderrocament mentre que estigui en procés de redacció el Pla; i la suspensió de nou planejament derivat en els sectors de sòl urbà afectats per possibles previsions de protecció que pot contemplar el Pla Especial (veure quadre 6.11).

**Quadre 6.11 Actuacions del Pla Especial de Protecció del Patrimoni Ambiental, Paisatgístic i Històric-artístic**

Suspensió puntual de llicències	Suspensió de tramitació del planejament derivat
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Àmbits paisatgístics singulars:<ul style="list-style-type: none"><li>- Salt topogràfic de la Rambla de Catalunya</li><li>- Àmbit paisatgístic de la Cala de la Punta de Santa Anna</li></ul></li><li>▪ Finques urbanes individualitzades<ul style="list-style-type: none"><li>- Algunes finques del centre històric</li><li>- Algunes finques del barri dels Pescadors</li><li>- El conjunt edificat de la finca Perpinyà i entorns</li><li>- La Llotja Vella del Port</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Plans Especials en sòl urbà<ul style="list-style-type: none"><li>- Pla Especial finca Perpinyà</li><li>- Pla Especial punta de Santa Anna</li></ul></li></ul>

**Font:** <http://blanespromocio.cat> (23-01-2007).

Calafell ha mostrat interès en millorar el seu producte convencional, valoritzant diferents elements relacionats amb la història local, n'és un clar exemple la Ciutadella Ibèrica. Entre 1992 i 1995 es van dur a terme els treballs d'adequació i musealització d'aquest jaciment, que l'han transformat en un equipament cultural

obert al públic el 1996. La reconstrucció parcial de barris de l'interior de l'assentament fortificat utilitzant els materials i les tècniques constructives de l'època; les reproduccions d'objectes recuperats en les excavacions; els plafons informatius i els aparells interactius amb jocs didàctics permeten al visitant copsar els trets propis de la societat ibèrica (vida quotidiana, religió, arquitectura domèstica, les llengües parlades, els olors, etc.). S'ofereixen visites guiades, tallers per als nens i durant el mes d'agost es celebren les "Nits Ibèriques" (escenificació d'estampes de la vida quotidiana dels íbers, amb possibilitat de tastar els plats típics). La seva gestió és mixta, l'ajuntament es preocupa del manteniment, mentre que un ens privat porta el servei d'atenció al visitant (Asensio i Morer, 2002).

El Vendrell, conjuntament amb la Generalitat, el sector pesquer, les associacions de Sotavent i Depana han promogut la preservació d'un espai marítim pròxim a la Platja de Coma-ruga, conegut com el Roquissar de El Vendrell. La seva riquesa ecològica (àmplies praderes de posidònia que acullen un gran nombre d'espècies) justifica l'inici del procés el 1995, que acaba amb la declaració de reserva marina en el 1999, per ordre del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació d'Espanya. La reserva ve definida per dues zones de protecció, la reserva marina parcial (43 ha), on la pesca està prohibida, i la zona d'amortiment (277,9 ha), on s'autoritza la pesca marítima professional amb estris tradicionals (veure figura 6.5).

Figura 6.5 Reserva Marina Masia Blanca (El Vendrell)



Font: <http://www.gencat.net/darp> (23-01-2007).

Pel que fa al patrimoni cultural, la Fundació Pau Casals en col·laboració amb l'ajuntament de El Vendrell, la Generalitat i la Diputació de Tarragona, ha realitzat una important tasca de rehabilitació de la Vila Pau Casals, que s'inicia en el 1996 i finalitza en el 2001 amb la seva reinaguració. El projecte ha consistit en la compra de terrenys, rehabilitació del propi edifici, adequació museogràfica i la construcció d'una sala polivalent. La iniciativa privada també ha contribuït a la conservació del patrimoni cultural, com és el cas de l'antic Sanatori de San Joan de Déu, centre creat el 1929 en la Platja de Sant Salvador, per a cuidar nens amb malalties respiratòries. Aquest edifici fou venut a la dècada dels setanta a l'empresa immobiliària Rosma SA, perdent la seva funció sanitària, després de passar per diferents mans i amenaçat de ser destruït, l'empresa Amrey Promocions Immobiliàries ha habilitat el sanatori com a hotel- balneari de luxe, posant-lo en funcionament en el 2003.

Des del 1998 Vila-seca està treballant, conjuntament amb el Departament de Medi Ambient de la Generalitat i Port Aventura, en la conservació i protecció de la Sèquia Major, zona humida litoral de 17,3 ha amb una elevada riquesa biològica (comunitats vegetals i animals singulars amb poca representació a Catalunya) i paisatgística, que fou declarada per la Generalitat espai d'interès natural (PEIN) el 1992. Les darreres actuacions del projecte, finançades per Port Aventura amb 400.000 euros, han estat la preparació del terreny i

l'excavació de la sèquia major, creació de platja a la llacuna, diverses plantacions, restauració de la Caseta de les Xibeques, col·locació de passarel·les i torres de guaita, tancaments i la instal·lació de plafons informatius (Butlletí d'Informació Municipal de Vila-seca, Juliol 2006). Aquest espai, ara adequat per ser visitat, esdevé un valor afegit per a la destinació. En la faceta cultural, l'ajuntament ha adquirit en el 2005 el Castell dels Comtes de Sicart (data del segle XII) i està en procés la reforma l'antic Sindicat Agrícola.

En els darrers anys s'aprecia en el municipi de Cambrils els inicis d'una política dirigida a fomentar la conservació, difusió i gestió del patrimoni històric i cultural local. A partir de 1999, l'ajuntament compta amb un organisme autònom encarregat d'aquesta tasca, el Museu d'Història de Cambrils. Aquesta entitat gestiona cinc edificis històrics:

- El Molí de les Tres Eres (seu del Museu d'Història de Cambrils) fou comprat per l'ajuntament en el 1996 i després de diferents rehabilitacions que finalitzen en el 2001, ofereix dues exposicions, una sobre l'antiga ocupació humana a Cambrils i l'altra vinculada a l'activitat molinera.
- Museu Agrícola de Cambrils, inaugurat en el 1998, mostra el procés d'obtenció del vi i l'oli, en referència a la tradició agrícola de la localitat.
- La Torre de l'Ermita (el primer museu) recull una mostra de Cambrils a l'Edat Mitjana
- Vil·la Romana de la Llosa, jaciment arqueològic adequat museogràficament en el 2002, gràcies al pla d'excel·lència turística.
- Torre del Port, inaugurat en el 2003 com a museu marítim, on es dona a conèixer les estretes relacions que han existit al llarg de la història entre l'home i el mar.
- Adquisició per part de l'ajuntament de la Torre del Bou i la Torre de l'Esquirol o també coneguda per Torre del Telègraf, el 2004.



### **3.3 Implantació d'instruments de planificació i gestió turística sostenibles**

L'Agenda Local 21, instrument de caràcter estratègic dissenyat per l'administració local en col·laboració amb els sectors econòmics i la ciutadania, és el que millor garanteix el desenvolupament sostenible, ja que es basa en la integració tant dels aspectes ambientals, econòmics, com socials que conflueixen en una societat. L'Agenda Local 21 neix amb el Programa 21 de la Cimera de Río de 1992, en el que representats de nombrosos estats, delegats i organitzacions d'arreu del món es comprometen a establir un nou model de desenvolupament més equilibrat i respectuós amb el medi i les persones. Aquesta proposta ha anat prenent forma en l'àmbit local amb la Conferència Europea de Ciutats i Pobles Sostenibles el 1994, de la que se'n desprèn la Carta d'Aalborg, document signat per més de 1.000 municipis de tota Europa.

A Catalunya, les diputacions han tingut un paper destacat per al desenvolupament de les Agendes 21. La Diputació de Barcelona fou la primera en crear la Xarxa de Pobles cap a la Sostenibilitat (1997), més endavant Girona amb el Consell d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient de les Comarques de Girona o CILMA (1999), i la de Tarragona té previst constituir pròximament el Consell per al Desenvolupament de les Agendes 21 a les Comarques de Tarragona. Totes elles són associacions de municipis amb objectius comuns: cooperació i intercanvi; la sostenibilitat com a fet transversal; la divulgació d'experiències; el suport a la gestió dels ens locals (redacció de projectes, assessorament per la recerca de finançament, etc.); potenciació d'accions conjuntes amb altres xarxes que treballen en el camp de la sostenibilitat; i el foment de la participació de tots els sectors econòmics i socials.

Des de mitjans dels noranta, aquest instrument és adoptat per destinacions turístiques en fase de reestructuració, ja que la qualitat paisatgística, territorial i ambiental es converteixen en factors claus per a la viabilitat econòmica de l'activitat. El cas més paradigmàtic ha estat l'Agenda 21 de Calvià, que s'inicia al 1995 i finalitza en el 1999 amb la presentació del pla d'acció, que conté deu línies d'actuació i quaranta programes impregnats pels principis de la sostenibilitat (equitat ambiental, econòmica i social).

Bona part de les principals destinacions litorals catalanes han utilitzat com eina de planificació sostenible l'Agenda Local 21. Tal com s'observa en el quadre

6.12, nou d'elles disposen de pla d'acció local (majoritàriament de la Costa Brava) i dos estan en procés de redacció.

**Quadre 6.12 Situació dels Plans d'Acció Locals**

	No iniciat	En procés	Acabat
<b>Roses</b>			X
L'Escala			X
Castell-Platja d'Aro			X
<b>Lloret de Mar</b>			X
Blanes			X
<b>Calella de Mar</b>			X
<b>Sitges</b>			X
Calafell			X
<b>El Vendrell</b>	X		
Vila-seca		X	
<b>Salou</b>		X	
<b>Cambrils</b>			X

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Diputacions de Girona, Barcelona i Tarragona.

L'Agenda 21 de Cambrils exemplifica la programació i aplicació d'estratègies basades en la reorientació del desenvolupament turístic, cap a nous criteris de sostenibilitat. Aquesta iniciativa que comença amb l'adhesió a la Carta d'Aalborg el 2001, presenta com a fases més significatives (Agenda 21 Cambrils, 2004):

- Realització dels estudi de base sobre mobilitat i transport, anàlisi del cicle dels residus, de l'aigua, de l'energia, impacte acústic, valors naturals i paisatgístics del municipi, impacte ambiental de l'activitat econòmica i una memòria descriptiva.
- Posada en marxa del procés de participació ciutadana que permet identificar aquells aspectes sobre els que s'ha d'incidir i millorar, recollits en la Diagnosi Sociambiental de Cambrils.
- Redacció del Pla d'Acció en base a les opinions i debats amb agents socials i econòmics del municipi, i la ciutadania en general, a través de diferents vies com Consell Consultiu del Medi Ambient, el Debat Familiar, el Debat d'Entitats, el Fòrum Socioambiental Virtual i els Tallers de Prospectiva.

Les estratègies bàsiques del Pla d'Acció Local es concreten en una gestió territorial sostenible; la diversificació i ambientalització de l'activitat econòmica; i un model de ciutat orientat a les persones. Per desenvolupar aquestes estratègies s'han dissenyat setze programes d'actuació, i un total de cent una accions, entre elles, es citen aquelles que incideixen en el replantejament del sector turístic:

- La revisió del pla general d'ordenació urbana ha de guiar-se per la utilització racional del territori, la preservació dels recursos naturals i els valors paisatgístics, històrics i culturals.
- Incorporar en la normativa urbanística prescripcions específiques d'ordenació de la façana marítima.
- Completar l'execució del passeig marítim com a element integrat en l'entorn litoral.
- Obtenir la certificació ambiental de les platges del municipi.
- Potenciar els productes autòctons del municipi procedents del sector primari.
- Establir mecanismes de millora continua del producte turístic (marca Q de Qualitat, ISO 9001).
- Promoure un turisme de negocis vinculat a l'activitat econòmica del Camp de Tarragona.
- Actualitzar i potenciar les rutes ecoturístiques ja existents al municipi i els valors històrics i culturals, paisatgístics i naturals associats.
- Utilitzar els diversos elements del patrimoni històric i cultural com a recurs turístic.
- Impulsar un Pla de Dinamització Comercial.
- Reforçar la recollida selectiva dels establiments comercials i turístics.

- Realitzar campanyes específiques de sensibilització ambiental adreçades a la població estacional.
- Ambientalitzar els establiments turístics.
- Fomentar la progressiva reconversió de les urbanitzacions en barris i limitar el creixement del model urbà de ciutat-jardí.
- Impulsar actuacions de millora del paisatge urbà i rehabilitació arquitectònica.
- Establir una xarxa coherent d'espais verds.

Una altra de les vies de treball, correspon al desenvolupament de Sistemes de Gestió Mediambiental (SGMA), verificats oficialment per alguna de les dues normatives voluntàries existents respecte a la protecció del medi ambient: el reglament europeu EMAS i la norma internacional ISO 14.001. Ambdós comparteixen el mateix enfocament, però no són equivalents ja que el reglament EMAS exigeix un majors nivells de protecció, així com de comunicació per al públic (a través de la Declaració Ambiental).

La implantació SGMA en l'organització municipal turística s'inicia en el 1999 amb el projecte Municipi Verd, substituït actualment per Municipi Turístic Sostenible, en base al reglament EMAS. Es tracta d'un projecte impulsat per la Secretaria General de Turisme amb el suport de la Federació Espanyola de Municipis i Províncies, que incorpora en la gestió municipal criteris de sostenibilitat per tal d'oferir un turisme de qualitat, respectuós amb el medi ambient. El sistema pot acollir la gestió integral del municipi o bé unes determinades àrees de responsabilitat:

- Servei de neteja d'espais públics.
- Recollida, tractament i eliminació de residus sòlids urbans.
- Abastiment d'aigua potable.
- Sanejament, tractament i evacuació d'aigües residuals.

- Planificació urbanística, obres i control d'activitats amb incidència ambiental.
- Extinció d'incendis.
- Transport públic i parc mòbil.
- Parcs i jardins.
- Gestió d'espais no urbans.

Davant les dificultats de certificar totes les activitats i per tal d'evitar ambigüitats sobre el que significa ser un Municipi Turístic Sostenible, es proposa un procés d'implantació gradual:

- Municipi Turístic Sostenible de nivell 1: aquell que ha certificat segons el reglament EMAS dos serveis del llistat, sent al menys un dels quatre primers.
- Municipi Turístic Sostenible de nivell 2: aquell que ha certificat segons el reglament EMAS al menys quatre serveis del llistat, sent al menys dos, dels quatre primers.
- Municipi Turístic Sostenible de nivell 3: aquell que ha certificat segons el reglament EMAS tots els serveis del llistat.


A Catalunya quinze destinacions han accedit a aquest projecte, de les quals onze es localitzen en el litoral: Roses, Castell-Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols, Tossa de Mar, Viladecans, Castelldefels, Sitges, El Vendrell, Cambrils, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant i Deltebre.

Paral·lelament, alguns ajuntaments han implantat SGMA en les seves platges i passeigs marítims. La finalitat del sistema és aconseguir que tots els serveis, activitats i processos que es desenvolupen, siguin de temporada o permanents, es realitzin amb el menor impacte possible, al mateix temps que s'assegura una bona qualitat de les aigües de bany i de la sorra. Roses, des del 2003, disposa del reconeixement internacional (ISO 14.001) i europeu (EMAS) per a les seves platges urbanes: l'Almadrava, Canyelles-Bonifaci, Palangres i la Punta, Nova, el

Rastrell, Salatar i Santa Margalida, amb el seu passeig marítim contigu. En el mateix any, les platges i el passeig de Calafell reben la ISO 14.001. Aquestes certificacions són un avenç respecte a la bandera blava, ja que acrediten una millora continuada tant de la qualitat mediambiental com dels serveis a les platges.

Per tal de posicionar-se en un mercat cada vegada més sensibilitzat amb la qualitat ambiental, les empreses turístiques també incorporen el component mediambiental dins els seus sistemes de gestió. De les quaranta-quatre empreses turístiques i de lleure certificades a Catalunya amb EMAS, a finals del 2007, tretze pertanyen a les principals destinacions catalanes. Com es pot apreciar en el quadre 6.13, la major part corresponen a hotels. Precisament L'Hotel Samba de Lloret fou el primer establiment hotelier de tot l'Estat en obtenir aquesta certificació el 1999. Les mesures implantades per a la millora de la seva gestió ambiental han estat en l'àmbit de l'estalvi d'aigua i energia; la minimització dels residus generats i l'optimització de la seva gestió; la sensibilització dels clients en termes ambientals: la prevenció de soroll o la substitució d'alguns productes per d'altres mediambientalment correctes, etc.

**Quadre 6.13 Empreses turístiques registrades al sistema EMAS**

 EMAS	Hotels	Càmpings	Parcs temàtics	Clubs nàutics	Serveis gestió de platges
<b>Roses</b>		(1)			(1)
L'Escala					
Castell-Platja d'Aro		(1)			
<b>LLoret de Mar</b>	(1)				
Blanes					
<b>Calella de Mar</b>		(1)			
<b>Sitges</b>	(3)			(1)	
Calafell					
<b>El Vendrell</b>					
Vila-seca			(1)		
<b>Salou</b>	(3)		(1)		
<b>Cambrils</b>					

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.gencat.net/mediamb> (10-02-08).

Pel fet de ser compatibles el sistema comunitari d'ecogestió i ecoauditoria de la Unió Europea (EMAS) amb la norma internacional ISO 14.001, alguns establiments s'han verificat pels dos sistemes com succeeix amb l'Hotel Calípolis i l' Estela Barcelona (Sitges) i l'Hotel Samba (Lloret).

En el cas concret de Catalunya, a partir del 1998 s'afegeix el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental per al sector turístic. Sistema propi d'etiquetatge ecològic per als productes i serveis, que permet distingir aquells establiments turístics que compleixen amb uns criteris ambientals marcats pel Departament de Medi Ambient i Habitatge, més enllà dels obligatoris per la normativa vigent, entorn la gestió de residus, l'estalvi d'aigua, la piscina, l'eficiència i estalvi energètic, les compres, la integració paisatgística, els sorolls i vibracions i la informació i educació ambiental. El Distintiu compta amb quatre categories aprovades pel sector turístic: càmpings (1998), hotels (2000), instal·lacions juvenils (2000) i les residències cases de pagès (2001). Actualment, s'ha atorgat a cent vint-i-vuit empreses turístiques de les quals, deu es troben en algunes de les principals destinacions del litoral, destacant Salou amb cinc establiments hotelers certificats (veure quadre 6.14).

**Quadre 6.14 Empreses turístiques amb el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental**

	Hotels	Càmpings
<b>Roses</b> L'Escala Castell-Platja d'Aro		(1)
<b>LLoret de Mar</b> Blanes	(3)	
<b>Calella de Mar</b> <b>Sitges</b> Calafell		(1)
<b>El Vendrell</b> Vila-seca		
<b>Salou</b> <b>Cambrils</b>	(5)	

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.gencat.net/mediamb> (10-02-08).

#### **4. EL LIDERATGE DELS MUNICIPIS AMB PLA D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA**

Els municipis amb pla d'excel·lència turística es caracteritzen per ser els que han desenvolupat major nombre i diversitat d'actuacions incloses dins les tres grans estratègies plantejades per Anton (2001): renovació, singularització i sostenibilitat.

Pel que fa a les accions dedicades a renovar la destinació, els dotze principals municipis turístics del litoral català van realitzar, durant els vuitanta i principis dels noranta, un procés de reordenació urbanística i redotació d'infraestructures a través de la revisió del seu planejament urbanístic. Però, només els municipis amb pla d'excel·lència turística, excepte Roses que el té actualment en procés de revisió, han continuat amb aquesta tasca, tots ells amb nous plans d'ordenació urbana realitzats a partir de l'any 2000. Dins aquesta mateixa estratègia, una altra de les actuacions més comunes ha estat la requalificació de la planta hotelera, que ha comportat un augment de les places de categoria mitjana i alta en les principals destinacions turístiques de referència, excepte a l'Escala. Tanmateix, no tots els nuclis han aplicat sistemes de qualitat, avalats amb certificacions com la Q de Qualitat Turística, incorporada fonamentalment a serveis turístics de municipis amb pla d'excel·lència, tret de Roses.

En relació a la singularització, una de les primeres iniciatives desenvolupades a mitjans de la dècada dels vuitanta va ser la construcció d'equipaments recreatius (parcs aquàtics i posteriorment parcs temàtics). Donada la seva implantació limitada, és de destacar que en gairebé la meitat dels municipis amb pla (Roses, Lloret i Salou) tenen aquest tipus d'oferta. Per altra banda, durant la dècada dels noranta els camps de golf es converteixen en un dels productes turístics amb major projecció, és d'especial rellevància que tots els municipis amb pla excepte Roses i tan sols Castell-Platja d'Aro de la resta han acollit aquestes instal·lacions. L'oferta esportiva s'amplia a partir del 2000 amb les estacions nàutiques, entre els dotze principals nuclis litorals únicament a Salou i Cambrils disposen d'aquesta oferta (de forma compartida amb Mont-roig/Miami Platja), precisament destinacions on es va concedir un pla d'excel·lència. En el cas de la dotació d'infraestructures per a reunions i congressos, actuació desenvolupada amb intensitat des de finals dels vuitanta fins a l'actualitat, és pròpia dels



municipis amb pla, que agrupen el 90% del total d'establiment hotelers dedicats aquesta activitat dins el context de les dotze destinacions més importants. De menor incidència, explicable per la seva naturalesa, es troba l'oferta de salut, que només està explotada per El Vendrell (localitat amb pla). No obstant, en els últims anys s'està estimulant també l'especialització en determinats segments de mercat, com el turisme familiar o esportiu. En tres dels municipis amb pla s'ha aconseguit el reconeixement de Destinació Familiar (Calella, Salou i Cambrils) i dos estan en procés (Roses i Lloret), mentre que en la resta de destinacions, només Blanes i Calafell han estat certificats. Si es tracta de la marca Destinació Esportiva, només una amb pla (Lloret) ha aconseguit aquesta distinció.

Respecte a l'estratègia de la sostenibilitat, s'ha pogut comprovar que no és exclusivament pròpia dels municipis amb pla d'excel·lència. De totes maneres, aquesta estratègia comprèn actuacions difuses i fragmentàries, que van des de la limitació del creixement urbanístic, la recuperació i posada en valor dels recursos naturals i culturals, fins a la implantació d'instruments de planificació i gestió turística sostenibles. Dins aquest darrer àmbit de treball, la iniciativa més utilitzada per les dotze principals destinacions litorals catalanes ha estat l'adopció d'una Agenda Local 21. En canvi, els sistemes de gestió ambiental sí que han estat implantats fonamentalment en destinacions amb pla, on s'observen un major nombre d'empreses turístiques amb el sistema EMAS i amb el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## **PART III**

# **ELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA DEL LITORAL CATALÀ. CONTEXT I AVALUACIÓ**

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## **CAPÍTOL 7. EL CONTEXT SOCIOECONÒMIC I TURÍSTIC**

El litoral català és un espai dinàmic a nivell econòmic, demogràfic i turístic, on es pot trobar la majoria de la població de Catalunya, indústries d'alt valor afegit, les principals vies de comunicació i els nuclis turístics més destacats. És un àmbit que presenta les particularitats comunes de tot espai costaner, però alhora està configurat per diferents centres amb especificitats socioeconòmiques i turístiques concretes. En aquest sentit, s'ha de posar de manifest que els plans d'excel·lència turística desenvolupats en litoral de Catalunya han hagut d'afrontar les problemàtiques comuns dels nuclis costaners i al mateix temps adaptar-se a les característiques pròpies de cada destinació. Per aquesta raó, s'analitzen les principals relacions entre població i mode de producció dominant, que defineixen la realitat territorial dels municipis del litoral català on s'ha implantat un pla d'excel·lència turística.

### **1. EL MARC TERRITORIAL**

Els municipis costaners que han realitzat un pla d'excel·lència turística es reparteixen per diferents indrets del litoral de Catalunya, des de la Costa Brava, on es situen Roses i Lloret de Mar; passant per Calella de Mar a la Costa del Maresme; arribant a Sitges, Costa del Garraf; i finalment la Costa Daurada, on es troben els nuclis de El Vendrell, Salou i Cambrils.

El municipi de Roses, situat en la costa septentrional del Golf de Roses, té una superfície de 45,9 km<sup>2</sup>, dels quals un 62,4% estan protegits (PDUSC,2004), ja que en el seu terme es localitza gran part del Parc Natural del Cap de Creus i un petit tram del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà. La població de dret, d'acord amb el Padró del 2006 (Idescat), assoleix els 17.173 habitants i la seva densitat és de 374 hab./km<sup>2</sup>. Com en molts d'altres municipis de la costa, Roses presenta una fluctuació poblacional molt marcada, la gran afluència de turistes que visiten el nucli fa que la població es multipliqui, especialment durant els mesos d'estiu, quan poden arribar a un màxim de 100.829 habitants (població estacional màxima, en base a Cens de Població i Habitatges 2001 i Anuari de Recursos Intermedis 2001), respecte als 12.726 habitants censats (2001). El terme compta amb la vila de Roses, situada al fons de la badia del mateix nom, i nombroses urbanitzacions disperses i inconnexes, que es troben en les àrees

més properes a la línia de mar, com Santa Margalida-el Salatà, Canyelles Petites-L'Almadrava, Puig Rom; i en l'interior, com Mas Fumats, Mas Oliva, Mas Buscà, els Grecs i Mas Matas. El turisme i la construcció associada han estat les activitats que han impactat més decisivament en l'estructura productiva del municipi. La principal via d'accés a Roses és la C-260 o carretera de la costa, a partir de la qual es distribueixen tots els moviments dins del terme, paral·lelament, la millora de la GI-610 constitueix una alternativa d'accessibilitat pels que procedeixen del nord. Malgrat tot, el municipi no disposa d'estació de ferrocarril, la més propera es localitza a Figueres, a 11 km Mentre que l'aeroport Girona- Costa Brava situat a uns 75 km, enllaça Roses amb el mercat europeu gràcies als vols de baix cost i els xàrter.

Lloret de Mar té una extensió de 48,7 km<sup>2</sup> i es troba situat a la façana litoral de la Selva, al sud de la comarca, envoltat per les poblacions de Tossa de Mar (nord-est), Blanes (sud-oest), Maçanet de la Selva i Vidreres (nord) i Tordera (nord-oest). La població actual de Lloret és de 32.728 habitants (Padró, 2006) i la seva densitat és de 671,9 hab./km<sup>2</sup>, durant l'estiu la població estacional màxima pot arribar als 88.371 habitants, en comparació als 20.239 habitants censats (2001). El municipi, a més del nucli de Lloret, està conformat per nombrosos urbanitzacions residencials i turístiques disperses per tot el terme, tals com Serra Brava, Riviera, Font de Sant Llorenç, Roca Grossa, Puig d'en Pla, Sepulcre Romà, Vinya de Rosa, Lloret de Dalt, Llorers, Tortuga, Coll de Llop, Canyelles, Montgoda, Llevantina, Suro Gros, Corona de Santa Cristina, etc. Lloret és un dels grans centres turístics del litoral català i del conjunt de l'Estat, gràcies a la seva gran oferta d'allotjaments i equipaments d'oci. Les vies de comunicació que travessen la localitat han estat orientades pensant en els seus principals mercats, la regió metropolitana de Barcelona, l'àrea de Girona i l'estranger, però la seva orografia relativament accidentada és un factor que ha condicionat aquestes infraestructures. La principal via d'accés per carretera ve del sud, des d'on es pot accedir a l'autopista de la costa C-32, que connecta amb Barcelona; pel nord, venint de França, es connecta amb l'autopista AP-7 per la sortida 9 (Lloret de Mar); finalment al nord-oest es localitza la carretera GI-680, que separa els termes de Lloret i Tossa. Pel que fa al ferrocarril, el municipi no té cap connexió directa, si bé a 30 minuts de viatge amb autobús s'arriba a l'estació de Blanes, que dona accés a les dues línies que connecten amb Barcelona i França. A més, a 75 km es troba l'aeroport de Barcelona, que ofereix vols

regulars amb les principals ciutats europees, i a 30 km el de Girona, que com ja s'ha dit té una bona oferta de vols de baix cost.

Calella de Mar es situa al litoral central de Catalunya, a la costa del Maresme, limita al nord i a l'est amb Pineda de Mar, a l'oest amb el municipi de Sant Pol de Mar i al nord-oest amb Sant Cebrià de Vallalta. El terme municipal té una superfície relativament petita, de 8 km<sup>2</sup>, i una població permanent de 17.673 habitants (Padró, 2006), per tant, una densitat força elevada, de 2.208,8 hab./km<sup>2</sup>. La població durant els mesos d'estiu es triplica, podent registrar un màxim de 41.411, respecte els 13.694 habitants censats (2001). A diferència d'altres nuclis costaners, bona part de la població es concentra en el nucli de Calella, tanmateix existeixen algunes petites urbanitzacions situades a l'interior del terme, com la de Sant Quirze, Valldegulí, Can Carreras i Can Maresme. Durant molt anys, Calella havia estat un important centre industrial del gènere del punt, però a la dècada dels cinquanta, coincidint amb la crisi tèxtil, les fàbriques són substituïdes per una activitat ja incipient des de finals del segle XIX, el turisme, que adquirí a partir de llavors una nova dimensió a gran escala, convertint la ciutat en un destacat enclavament turístic. Calella està molt ben comunicada gràcies a la seva privilegiada situació geogràfica, a mig camí entre Barcelona i Girona (aproximadament a 50 km d'ambdues). En cotxe particular es pot accedir al municipi per la N-II i l'autopista C-32, a més, gràcies a l'entrada en funcionament de l'autopista Granollers-Mataró, s'ha millorat ostensiblement la connexió amb l'interior de Catalunya. Un altre dels elements claus en la comunicació amb Calella és la línia de ferrocarril Barcelona- Girona, la qual aporta visitants d'aquestes àrees urbanes i facilita l'arribada de turistes procedents de tota Europa, tant per l'aeroport de Barcelona com pel de Girona-Costa Brava.

El terme municipal de Sitges amb una superfície de 43,9 km<sup>2</sup>, dos terços del qual formen part del Parc Natural del Garraf, limita al nord amb Olivella i Begues, al nord-oest amb Sant Pere de Ribes i a l'est amb Gavà i Castelldefels. Sitges compta amb una població de 25.642 habitants (Padró, 2006) i una densitat de 584,8 hab./km<sup>2</sup>. La població durant els mesos d'estiu s'incrementa considerablement, multiplicant-se per gairebé el triple, amb la probabilitat d'arribar a 51.376 persones (població estacional màxima), en comparació als 19.893 habitants censats (2001). El terme comprèn la vila de Sitges, tres petits nuclis de població (Les Botigues, Garraf i Vallcarca) i diverses urbanitzacions en

forma de corona al voltant del nucli principal. Les primeres urbanitzacions són les de Vinyet i Terra Mar, que apareixen a principis de segle, però la major part es construeixen als anys seixanta, amb el boom turístic: La Granja, Camí dels Capellans, Sant Crispí, Aiguadolç, Vista Alegre i l'Hospital, los Molinos, Sínia Morera, La Bòbila, Centre Llevantina, Rat Penat, són alguns exemples. L'economia actual del municipi es fonamenta en la construcció, el turisme i els serveis en general. D'altra banda, Sitges es caracteritza per tenir una molt bona accessibilitat, fet que la situa en una posició excel·lent tant a nivell regional, nacional com internacional, sobretot com oferta complementària de Barcelona. Pel que fa a la xarxa viària del terme, la carretera C-31 (costes del Garraf) enllaça Barcelona amb Valls i comunica la ciutat amb Vilanova i la Geltrú, El Vendrell i per l'autovia de Castelldefels amb Barcelona; la carretera local B-211 permet accedir a Sant Pere de Ribes, al mateix temps que enllaça amb la comarcal C-15 de Vilanova de la Geltrú a Igualada. Tanmateix, la via més destacada és l'autopista Pau Casals o també anomenada del Garraf (C-32), des de la seva construcció al 1992, ha contribuït de forma decisiva al reforçament de l'espai funcional metropolità d'aquest àmbit. Sitges també disposa d'una estació de ferrocarril (creada l'any 1881) en la línia Barcelona - València. L'any 1992 s'incorporà al sistema de trens regionals de Barcelona, d'elevada freqüència i amb una duració del trajecte de 30 minuts. L'autopista i els trens regionals aproximen Sitges amb l'aeroport del Prat per autopista, la distància és de 30 Km i en tren es troba a uns 40 minuts de trajecte, fent transbordament a Sants estació.

El Vendrell, amb una superfície de 36,8 km<sup>2</sup>, limita al nord amb les municipis d'Albinyana i Santa Oliva, a l'est amb Bellvei i Calafell i a l'oest amb Roda de Barà. La població empadronada (2006) de El Vendrell és de 31.983 habitants, el que representa una densitat de 868,3 hab./km<sup>2</sup>. En plena temporada estival es posa de manifest l'afluència de turistes, que poden assolir en aquest període una població estacional màxima de 99.978 habitants, respecte als 23.744 censats (2001). El municipi està conformat per dos nuclis situats a l'interior, la pròpia vila de El Vendrell i el poble de Sant Vicenç de Calders; i tres barris marítics, El Francàs, Coma-ruga i Sant Salvador; a més de nombroses urbanitzacions, que s'estenen per bona part del municipi, com les de Nirvana, Masia Blanca, Partida del Francàs, El Romaní, Els Masos, Bonavista, Torreblanca, Los Algarrobos, La Creu de Coma-ruga, Socias, Coto del Rey, Nou Vendrell, Edén Park, Baronia de



Mar, La Muntanyeta, etc. L'economia local es basa principalment en el sector terciari (comerç, administració i serveis) i en la construcció, degut a la seva condició de capital comarcal (Baix Penedès) i al desenvolupament turístic de caràcter residencial. En el terme de El Vendrell conflueixen les principals vies de comunicació del corredor del Mediterrani (l'autopista AP-7, la nacional N-340 i la línia de ferrocarril de llarg recorregut de la costa) i de l'eix de l'Ebre (autopista AP-2 i el ferrocarril que connecta amb Madrid). També travessen el municipi importants vies de comunicació regionals, com la C-32 (autopista Pau Casals), la C-51 que uneix amb Valls, la C-31 que discorre pel litoral, sense oblidar l'estació de ferrocarril de Sant Vicenç de Calders, que enllaça trens de llarg recorregut (Madrid, Saragossa, València, Alacant, etc.), regionals (Tarragona) i rodalies de Barcelona (Barcelona–Sant Vicenç per Vilafranca, on es troba l'estació de El Vendrell poble, i la línia de Barcelona-Sant Vicenç per la costa). A més, l'aeroport de El Prat està situat a 45 km, el de Reus a 32 km del municipi i l'estació de l'AVE del Camp de Tarragona a 40 km. Aquesta bona situació geogràfica li confereix un valor estratègic afegit, factor clau per a l'atracció d'empreses i turistes.

Salou, que fins l'any 1989 formava part del municipi de Vila-seca, es va segregar després d'un llarg procés jurídic que s'inicià a principis dels vuitanta. La seva extensió és de 15,1 km<sup>2</sup> i limita amb els municipis de Cambrils a l'oest i de Vila-seca de Solcina al nord i est. Aquest municipi té una població resident de 22.162 habitants (2006), el que suposa un densitat de 1.464,7 hab./km<sup>2</sup>. Durant l'estiu, amb l'arribada massiva de turistes, es pot incrementar considerablement la població, arribant a un màxim de 105.246 persones, respecte les 14.164 censades (2001). L'estructura urbana del municipi està configurada per dos parts diferenciades, el nucli pròpiament de Salou, de forma longitudinal i recolzat sobre el passeig marítim; i les diverses urbanitzacions, majoritàriament situades en el Cap Salou, com són Pinosmar, Dunamar, Zona Estival, Mirador de Salou, Urbanització Propamar, Colina del Sol, Port Pirata, Xalets de Salou, Platja dels Capellans, Nostra Senyora de Núria i Vilalta i Covamar. Pel terme de Salou recorren les principals vies de comunicació del corredor del Mediterrani, l'autopista AP-7 (sortida 35), la N-340 i la línia del ferrocarril de la costa. A més, la connexió amb l'eix de l'Ebre per carretera és relativament senzilla, mitjançant la C-14 fins a Montblanc. També, hi ha diverses carreteres regionals, com la C-31 (Tarragona-Salou), TV-3147 (Salou- Cambrils) i la TV-3146 (Salou-Tarragona

per la Pineda). S'ha de destacar la proximitat de l'estació de l'AVE Camp de Tarragona a 22 Km, que converteix la Costa Daurada en la platja més propera a Madrid; l'aeroport de Reus (10 km), que compta amb la presència de vols xàrter i de baix cost; i l'aeroport de Barcelona (108 km). El municipi de Salou s'ha desenvolupat com a centre turístic de primer ordre, gràcies a la seva bona situació geogràfica i les facilitats de comunicació amb el mercat nacional i europeu.

Cambrils, limita amb els termes de Mont-roig del Camp a l'oest; Vinyols i els Arcs pel nord-oest; Montbrí del Camp i Riudoms al nord; i amb Vila-seca i Salou per l'est. El terme municipal té una extensió de 35,2 km<sup>2</sup> i una població resident de 27.848 habitants (2006), que suposa una densitat de 790,9 hab./km<sup>2</sup>. Durant l'estiu, la població pateix un considerable increment, el municipi pot rebre un total de 107.000 habitants de població estacional màxima, respecte els 21.000 censats (2001). L'estructura urbana és comuna a molts d'altres municipis de la costa, el barri antic de la vila a l'interior i el barri de la marina a la costa, on vivien els pescadors. Ambdós havien estat separats un de l'altre per 1 km, però han acabat unint-se, resultat del creixement urbanístic produït a partir dels anys seixanta. Des de llavors, el municipi s'ha expandit en forma de "t" invertida, l'eix de major creixement és l'est-oest, que va paral·lel a la costa i està configurat per diverses urbanitzacions amb finalitat turístic-residencial, com Playa de Vilafortuny, Cambrils Bahía i Virgen del Carmen, Nou Cambrils, La Dorada, Tarraco, Sol Cambrils, Cambrils Mediterrani, Cambrils Port, El Dorado, La Estrella de Cambrils, Cambrils Platja, Baronia de Vilafortuny, Vilafortuny sector Castell, Platges del Sud, URCAVISA, La Sínia i Sol Cambrils III. L'altre eix, el nord-sud, és el que dóna continuïtat a la trama urbana primigènia i uneix el nucli antic i el barri del port. Aquest eix urbà, concentra bona part dels equipaments i serveis (ajuntament, escola, estació del ferrocarril i d'autobusos, etc.) i la majoria de la població resident. L'agricultura i la pesca han estat tradicionalment la base de l'economia cambrilenca, però a partir dels anys seixanta aquestes dues activitats comencen a perdre importància amb l'aparició del turisme. Per altra banda, el municipi disposa de molt bones connexions, les principals carreteres d'accés a Cambrils són la N-340 i l'autopista del Mediterrani, l'AP-7 (sortida 37). A més es comunica amb els municipis de l'entorn mitjançant carreteres locals, la T-312 enllaça amb Montbrí del Camp, la TV- 3141 amb Vinyols i els Arcs, Mont-roig del Camp i Reus, i la TV-3147 amb Salou. La proximitat dels aeroports de

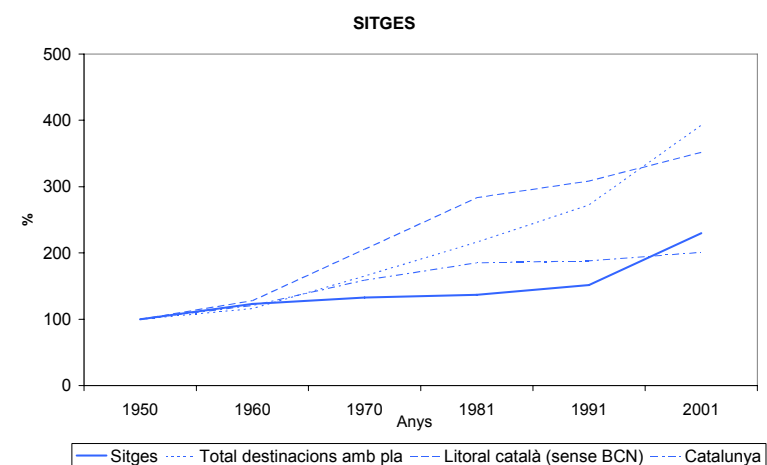
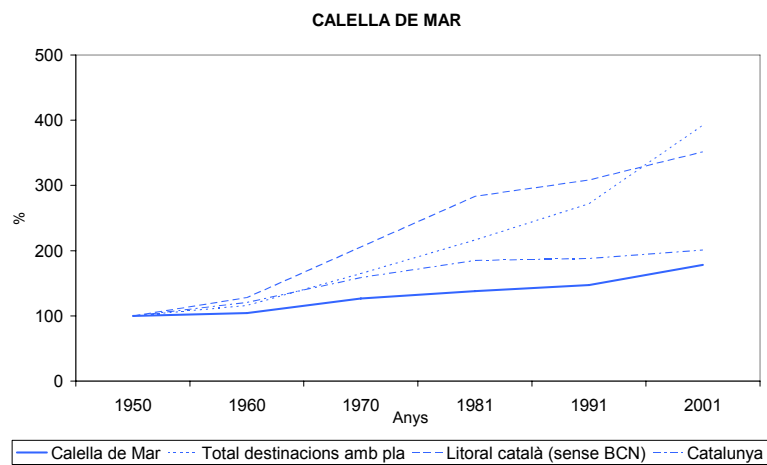
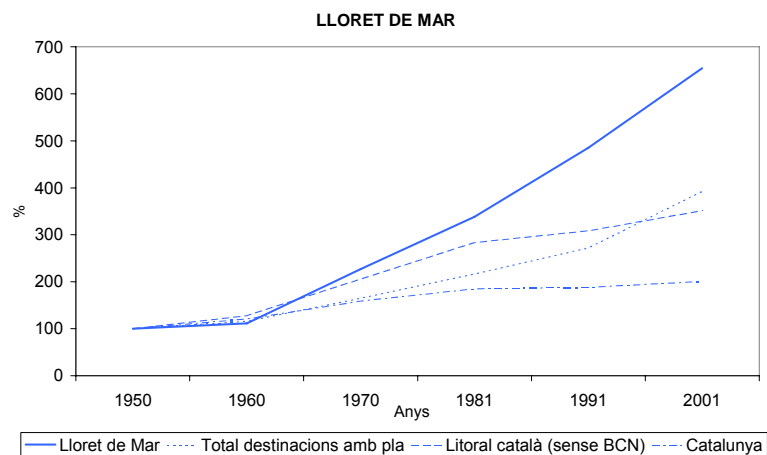
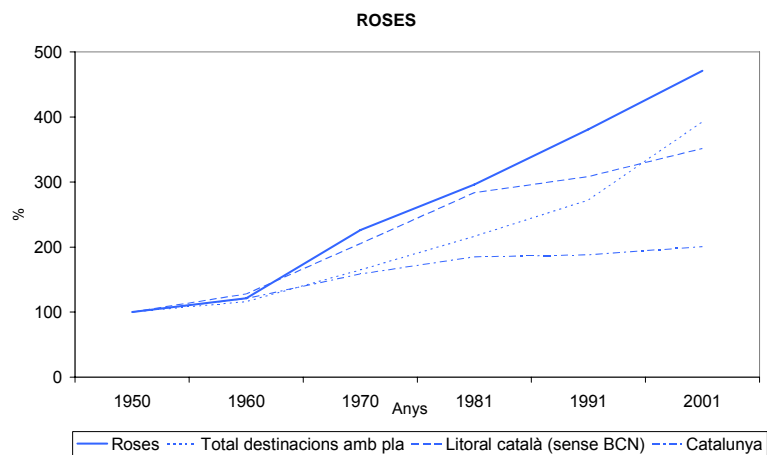
Reus, a 15 km i el de Barcelona, a 106 km; faciliten l'arribada de viatgers europeus. L'estació de tren de Cambrils, per on circula la línia del Mediterrani (Barcelona-València) i l'estació de l'AVE del Camp de Tarragona a 29 km, són també punts claus en la xarxa de comunicacions del municipi.

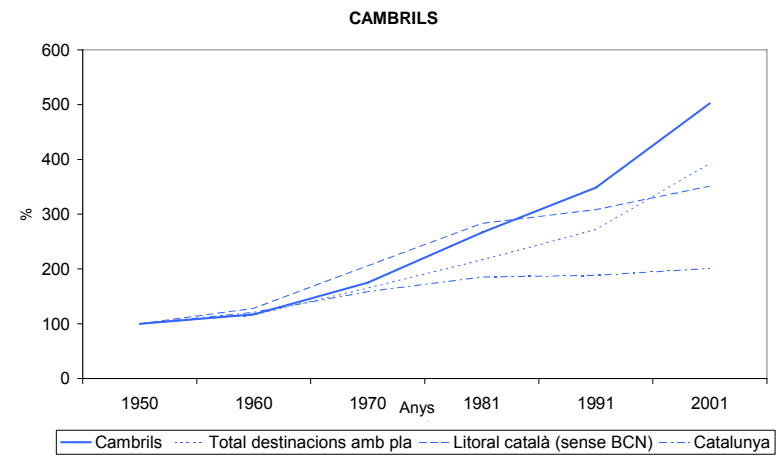
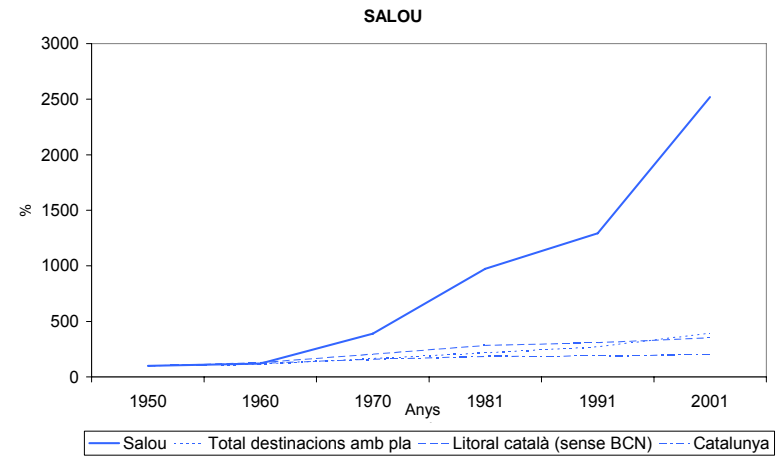
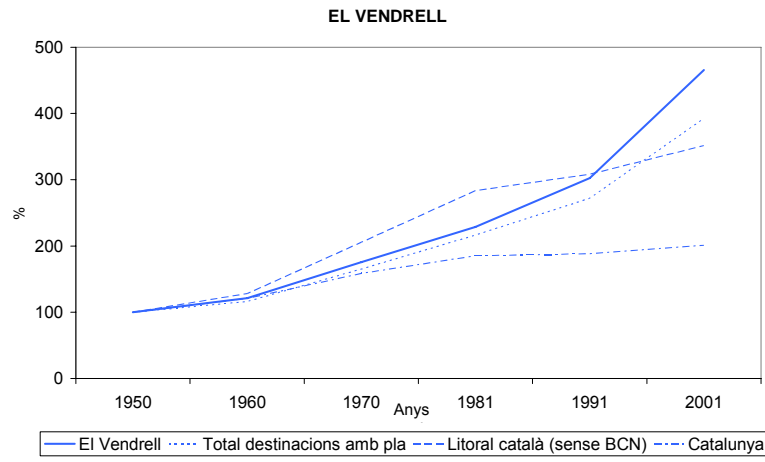
## **2. L'EVOLUCIÓ I L'ESTRUCTURA DEMOGRÀFICA**

Als anys cinquanta, les dimensions de la població i l'estructura demogràfica de les destinacions del litoral català amb pla d'excel·lència era bastant diferent a l'actual, ja que aquests municipis tenien volums demogràfics poc rellevants. Malgrat tot, alguns d'ells com Calella i Sitges registraven en aquells anys valors al voltant o superiors als 8.000 habitants. En el cas de Calella la forta expansió de la indústria tèxtil a principis de segle, amb la localització d'importants indústries del gènere del punt al municipi, va ser la causa de l'increment poblacional. Mentre que a Sitges, el volum demogràfic d'aquest període respon al desenvolupament del turisme primigeni dels anys vint i trenta, enfocat a un públic benestant i procedent fonamentalment de Barcelona.

Una primera aproximació al comportament demogràfic de les destinacions amb pla d'excel·lència turística, permet classificar els municipis en funció de la tendència de creixement registrada en base 100 des de 1950 (veure figura 7.1). Per una banda es troben, aquells nuclis que si bé durant la dècada dels cinquanta i seixanta presenten índexs d'evolució similars als del conjunt de municipis amb pla, del litoral català i de Catalunya, a partir dels setanta es desmarquen de la resta d'àmbits territorials, amb elevats creixements de població, tal com succeeix a Roses, Lloret de Mar i de forma més exagerada a Salou. El segon grup, el componen els nuclis amb índexs d'evolució per sota els obtinguts al litoral català fins la dècada dels noranta, quan s'inicia un intens creixement, tal com s'observa en els nuclis de El Vendrell i Cambrils. El tercer grup, està configurat per municipis que durant la dècada dels cinquanta i seixanta presenten un comportament semblant a la resta d'àmbits analitzats, però que a partir dels anys setanta els índexs d'evolució són menors que els obtinguts per al conjunt de nuclis amb pla, respecte al conjunt del litoral català i de Catalunya, en aquest darrer grup es localitzen les poblacions de Calella i Sitges. No obstant, cal apuntar que Sitges en el 2001 aconsegueix superar el valor de creixement global català.

**Figura 7.1 Índexs d'evolució de la població de dret als municipis amb pla d'excel·lència turística (1950-2001)**





Font: Elaboració pròpia a partir dades de l'INE.

Des de la perspectiva de la taxa de creixement interanual, durant la dècada dels cinquanta, aquests set municipis presenten una lleugera tendència al creixement, amb taxes interanuals que poques vegades sobrepassen el 2%, comportament semblant a la mitjana catalana (1,91%), però amb percentatges inferiors respecte als obtinguts pel conjunt del litoral català (2,51%). Aquest creixement s'accelera a partir de la dècada dels seixanta, amb una població en constant augment, encara que amb ritmes de creixement diferents (veure quadre 7.1)

Els períodes de major creixement d'aquestes set localitats corresponen al cicle 1960-1970 i al 1991-2001, encara que és en el període 1960-1970, quan s'aconsegueixen les puntes de creixement més elevades, destaquen Salou, Lloret, Roses i Cambrils, amb màxims de 12,54%, 7,35%, 6,43% i 4,09%, respectivament. Aquesta evolució pot explicar-se pel desenvolupament turístic produït a la dècada dels seixanta, que converteix aquests espais en centres receptors de població, la qual es desplaça atreta bàsicament pels llocs de treball generats en el sector serveis i la construcció. En el cas de Calella i Sitges, les taxes de creixement no són espectaculars, ja que parteixen com s'ha dit anteriorment amb un volum de població important. La dècada dels seixanta també és la de major dinamisme demogràfic a Catalunya i al litoral en especial, perquè és una etapa de gran desenvolupament turístic a la costa, i industrial a l'àrea metropolitana de Barcelona i altres sectors com el Camp de Tarragona, Lleida, Girona, Vic, Sabadell-Terrassa, Manresa, etc.

En la dècada dels setanta es manté el creixement, però de forma més continguda, efecte de la crisi econòmica del petroli del 73, l'increment es situa entre un 0,29-3,70%, a excepció de Salou, que registra una taxa superior, del 8,71%, coincidint amb l'època de major implantació del sector hotel·ler a la destinació, fins llavors poc significatiu respecte a l'oferta extrahotel·lera. També són anys d'expansió demogràfica pel litoral català (2,96%) i Catalunya (1,55%), però de menor intensitat que en l'etapa anterior, per raons similars.

Durant la dècada dels vuitanta, Catalunya i el seu litoral experimenten un tancament del cicle demogràfic expansiu iniciat a mitjans del segle, que es manifesta mitjançant una destacada reducció de les taxes de creixement interanuals, que disminueixen del 2,96% (1970-80) al 0,84% (1981-91) en el litoral; i del 1,55% (1970-81) al 0,17% (1981-91) a Catalunya. Fet que s'explica

per la crisi industrial de principis dels vuitanta, la qual posa fre al fenomen immigratori i provocà la disminució de la nupcialitat i la natalitat. No succeeix el mateix en les destinacions amb pla d'excel·lència turística, aquestes es veuen menys afectades per aquests processos, donada la seva condició d'espais turístics dinàmics. Algunes de les destinacions, com Roses (2,56%), Lloret (3,68%) i Calella (0,68%), mantenen gairebé les mateixes taxes de creixement que el període 1970-81; en altres casos com a Sitges augmenten, passant d'un 0,29% a un 1,02% i en menor mesura El Vendrell, que d'un 2,44% passa a un 2,83%. En canvi, després d'anys de fort creixement, Salou i Cambrils pateixen certes disminucions en les taxes interanuals, però encara amb una constant dinàmica positiva. És de destacar d'aquesta etapa, que bona part de les destinacions amb pla d'excel·lència superen els 10.000 habitants, xifra a partir de la qual un municipi té consideració de ciutat. En el Cens de 1981 Lloret comptava amb 10.463 habitants, Calella tenia 10.586, Sitges registrava 11.844, El Vendrell 11.661, Cambrils 11.136, Roses 8.004 i Salou 5.469. Aquests dos últims municipis no trenquen aquesta barrera fins la dècada dels vuitanta i noranta, respectivament. No obstant, el creixement de Salou en els últims anys ha estat força important, sobretot arran de la segregació de Vila-seca (1989), assolint l'any 2001 els 14.164 habitants, en comparació els 12.726 de Roses o els 13.694 de Calella.

En els anys noranta el creixement demogràfic a Catalunya i al litoral continua en un estadi d'estancament, degut a la crisi econòmica generalitzada de principis dels noranta, i no comença a recuperar-se fins a finals d'aquesta dècada, coincidint també amb l'inici d'un cicle econòmic expansiu. Algunes zones de Catalunya, com les destinacions amb pla d'excel·lència, no es veuen influenciades pel descens del creixement, perquè són municipis de per sí més dinàmics i alguns d'ells estan afectats per la desconcentració de l'àrea metropolitana de Barcelona. En aquestes localitats la tendència alcista és més marcada, arribant a obtenir de mitjana un 3,73% (1991-2001), una taxa superior a la del decenni 1960-70 (3,58%). Aquest fenomen s'evidencia clarament en les destinacions de Lloret, Sitges, El Vendrell, Salou i Cambrils, on una part important del parc de segones residències es transforma en primeres, circumstància que afavoreix les elevades taxes de creixement de la població interanuals, que assoleixen el 3,03%, 4,26%, 4,41%, 6,91% i 3,72%, respectivament.

**Quadre 7.1 Taxes de creixement interanuals de la població de dret als municipis amb pla d'excel·lència turística (%), període 1950-2001**

Destinacions	Anys				
	1950-60	1960-70	1970-81	1981-91	1991-2001
Roses	1,95	6,43	2,48	2,56	2,13
Lloret de Mar	1,11	7,35	3,70	3,68	3,03
Calella de Mar	0,43	1,94	0,78	0,68	1,92
Sitges	2,08	0,76	0,29	1,02	4,26
El Vendrell	1,94	3,77	2,44	2,83	4,41
Salou	1,77	12,54	8,71	2,88	6,91
Cambrils	1,60	4,09	3,90	2,72	3,72
Total destinacions	1,51	3,58	2,74	2,32	3,73
Litoral Català*	2,51	4,84	2,96	0,84	1,32
Catalunya	1,91	2,76	1,55	0,17	0,65

\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu volum poblacional no permetria observar la dinàmica litoral catalana.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades l'INE.

L'etapa de major creixement de la població catalana es produeix des dels anys cinquanta fins a mitjans dels setanta, per l'arribada d'immigrants procedents de l'interior de l'Estat atrets pel desenvolupament econòmic. En la dècada del noranta la població catalana no creix en el seu conjunt, però sí que s'inicia un procés de redistribució de la població, principalment per la desconcentració de l'àrea metropolitana de Barcelona cap a altres zones. A finals d'aquesta dècada, afavorit pel desenvolupament econòmic, es rep una nova onada migratòria, però en aquest cas de l'estranger. Si s'observa el quadre 7.2 es pot comprovar que la població nascuda en el mateix municipi on resideix és força escassa, adquirint aquest fenomen major rellevància en les destinacions amb pla d'excel·lència turística, on la població autòctona tan sols representa de mitjana, el 23,83%, destacant pels seus baixos valors els nuclis de Lloret (21,84%), Sitges (23,38%), El Vendrell (22,92%), Salou (6,30%) i Cambrils (25,83%). La immigració laboral dels anys seixanta, procedent majoritàriament del sud d'Espanya, n'és el principal factor explicatiu i al mateix temps el responsable que una part important de la població no autòctona estigui formada per naturals d'una altra comunitat autònoma espanyola, a Roses representa el 28,91%, a Lloret el 32,88%, a El Vendrell el 29,28%, a Salou el 37,81% i a Cambrils el 30,50%. Tanmateix, aquest comportament no es compleix en els casos de Calella i Sitges, el grup de població no autòctona predominant correspon al de diferent municipi de la mateixa província, ja que aquestes poblacions absorbeixen fonamentalment població expulsada de l'entorn de Barcelona. També, cal destacar el pes de la



població estrangera, cada vegada més important en els municipis amb pla d'excel·lència, on majoritàriament supera el 10%, xifra significativament superior a la catalana, que és del 6,13% (veure quadre 7.2).

**Quadre 7.2 Població segons la relació entre el lloc de residència i el lloc de naixement (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001**

Destinacions	Mateix municipi	Diferent municipi de la mateixa província	Diferent província		Nascut a l'estranger
			de la mateixa comunitat autònoma	Una altra comunitat autònoma	
Roses	31,57	14,78	9,04	28,91	15,71
LLoret de Mar	21,84	13,57	15,00	32,88	16,71
Calella de Mar	36,85	25,47	4,32	20,98	12,38
Sitges	23,38	38,30	2,93	22,31	13,07
El Vendrell	22,92	12,61	27,64	29,28	7,55
Salou	6,30	27,66	11,38	37,81	16,84
Cambrils	25,83	21,59	12,94	30,50	9,14
<b>Total destinacions</b>	<b>23,83</b>	<b>21,66</b>	<b>12,95</b>	<b>28,98</b>	<b>12,57</b>
Litoral Català *	28,97	29,28	6,21	28,68	6,85
Catalunya	37,07	26,08	4,73	25,99	6,13

\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu volum poblacional no permetria observar la dinàmica litoral catalana.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades l'INE.

Donat que els processos migratoris marquen diferències en l'estructura de la població, resulta de gran interès analitzar els comportaments demogràfics dels municipis amb pla d'excel·lència a partir de la construcció de piràmides demogràfiques, on es combinen les variables edat i origen de la població (veure figura 7.2). El primer fet a observar, generalitzable a tots els municipis analitzats, és que la població natural d'un altra comunitat autònoma es troba concentrada a la part alta i central de la piràmide, mentre que disminueix conforme s'aproxima a la base. Com ja s'ha vist amb anterioritat, l'explicació d'aquesta distribució correspon al període immigratori que tingué lloc durant la dècada dels seixanta fins meitat dels setanta per motius laborals, i que fou protagonitzat per joves i adults joves, que ara s'han convertit en els adults i vells.

En la base de la piràmide el nombre de nascuts en el mateix municipi de residència és gairebé del 100%, però conforme augmenta l'edat, sobretot en els grups entre 20 i 30 anys, apareix població nascuda en un altre municipi de la mateixa província, especialment en els nuclis de Calella, Sitges i Cambrils, espais amb bona qualitat de vida i on el preu de la vivenda pot resultar més econòmic que en les ciutats mitjanes i grans pròximes (Barcelona, Tarragona i

Reus). Cas especial és el de Salou, que a banda de complir les característiques anteriors, s'ha de contemplar el fet que les dades de població nascuda en el mateix municipi són especialment baixes, segurament degut a que una part de la població resident a Salou consta com natural de Vila-seca. La recepció de població nascuda en una altra província és resultat del procés de conversió de les segones residències en primera residència pels mateixos motius ja citats (qüestions econòmiques i de benestar), aquesta circumstància és especialment destacada en El Vendrell en relació amb el propietaris que procedeixen de Barcelona. En ambdós casos, es tracta d'una immigració fonamentalment de caràcter residencial.

La població nascuda a l'estranger ofereix uns valors rellevants dins l'estructura de la població d'aquests municipis, concentrada en el grup d'edats dels 20 als 49 anys i en menor mesura, dels 50 als 80 anys. Dos fenòmens demogràfics justifiquen aquests percentatges, en el primer cas, s'explica per la immigració laboral dels noranta, generada per joves i adults joves procedents de països en vies de desenvolupament, bàsicament del Magreb, d'Amèrica Llatina i l'Europa de l'Est, tal com es pot deduir del quadre 7.3. Mentre que el segon cas respon a l'arribada d'antics turistes estrangers, sovint de països comunitaris que disposen de cert poder adquisitiu i que decideixen traslladar la seva residència atrets per les millors condicions climàtiques i de benestar que ofereixen aquests espais turístics.

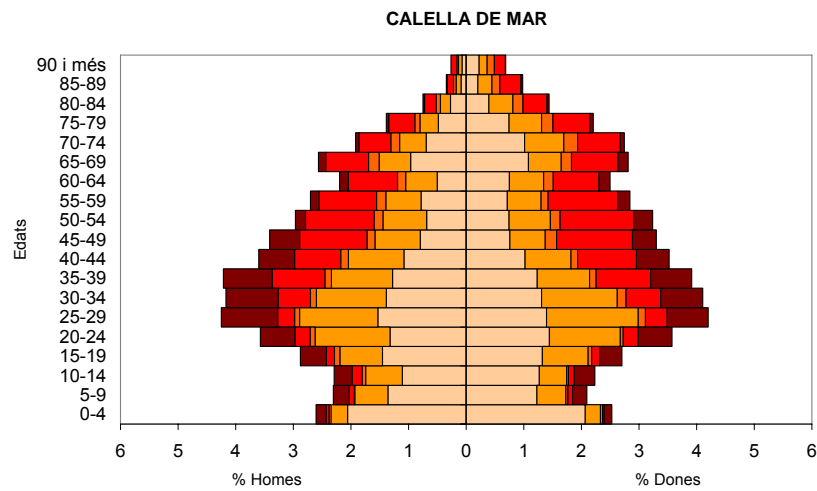
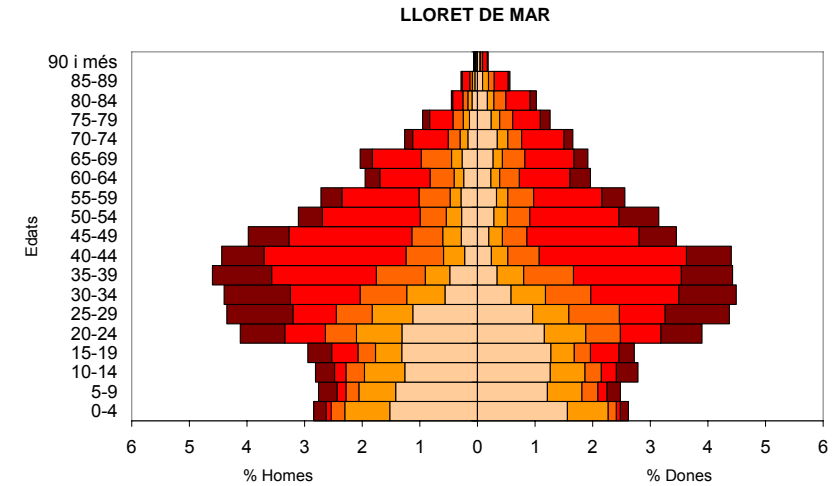
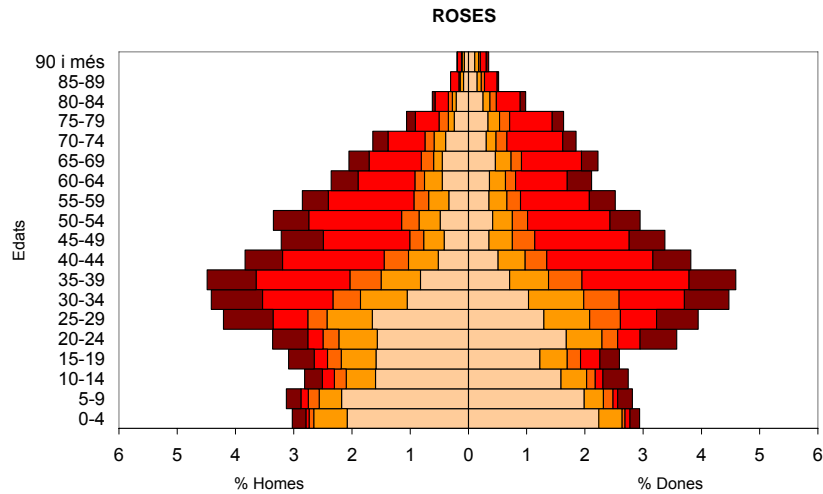
**Quadre 7.3 Població d'origen estranger segons nacionalitat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001**

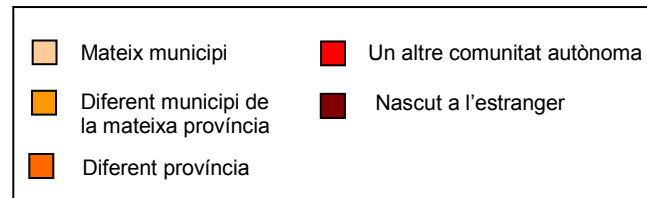
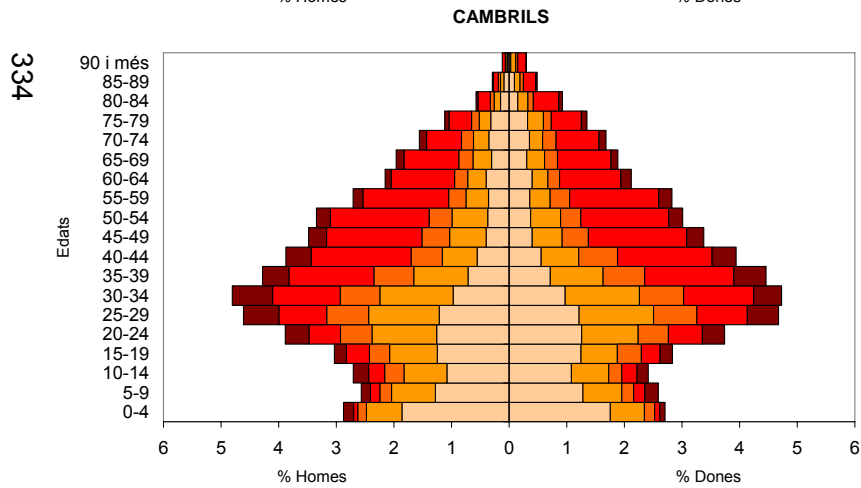
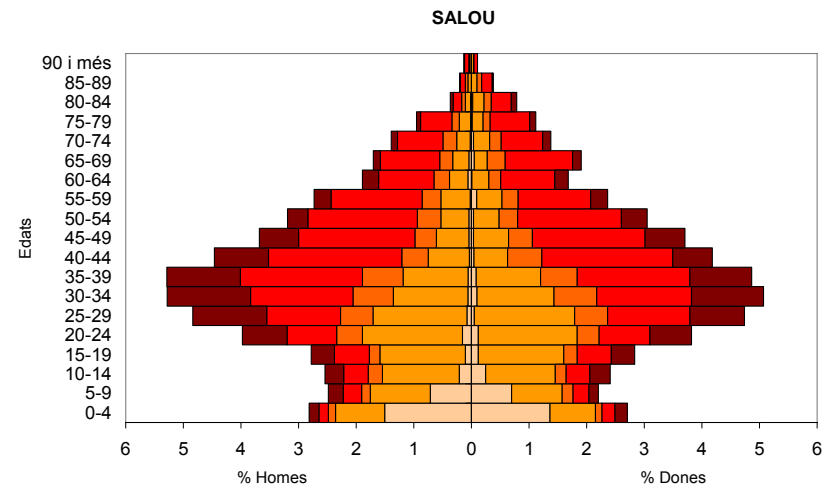
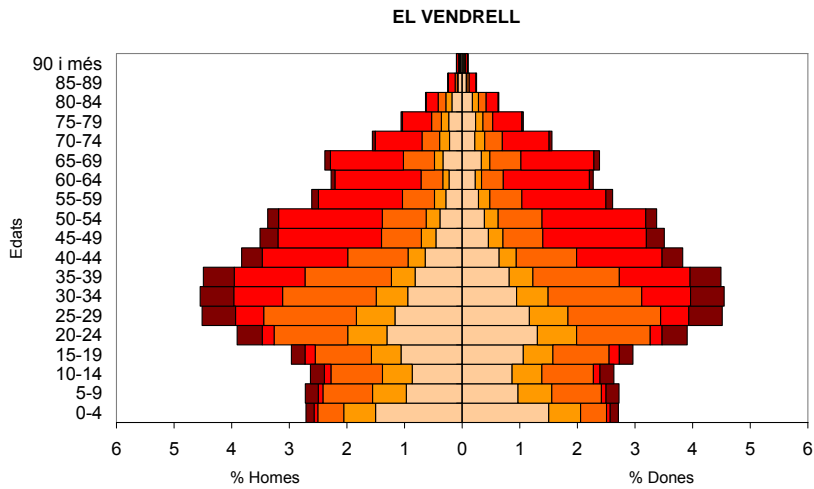
DESTINACIONS	UE	Resta Europa	Àfrica	Amèrica	Àsia i Oceania
Roses	46,02	5,50	39,92	7,50	1,05
LLoret de Mar	44,68	19,25	12,36	16,38	7,33
Calella de Mar	33,25	6,78	32,31	24,35	3,30
Sitges	67,46	2,92	2,35	25,19	2,08
El Vendrell	38,56	4,69	40,84	14,62	1,28
Salou	46,83	10,44	20,63	17,65	4,44
Cambrils	54,74	5,62	17,39	20,31	1,92
Total destinacions	48,23	8,83	21,45	18,04	3,45
Litoral Català *	42,76	6,47	28,11	18,95	3,70
Catalunya	36,75	5,26	24,11	28,31	5,57

\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu volum poblacional no permetria observar la dinàmica litoral catalana.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades l'Idescat.

Figura 7.2 Naturalesa de la població per edat i sexe dels municipis amb pla d'excel·lència turística (2001)





Font: Elaboració pròpia a partir de l'INE.

L'aproximació a l'estructura per edats de les poblacions amb pla d'excel·lència, segons dades del 2001, manifesta respecte a la mitjana catalana i al seu litoral, una destacada població jove (21,11%) i adulta (65,37%), en detriment de la proporció de vells (13,52%). Es tracta d'espais que s'han vist menys afectats (64,04 vells per cada 100 joves) pel procés d'envelliment comú a Catalunya, Espanya i en altres països europeus, donada seva particular evolució demogràfica. Una història demogràfica marcada per l'arribada de grans contingents migratoris (durant el bienni 1960-80 i des de finals dels noranta fins a l'actualitat), integrats per persones joves en edat de tenir fills, que conseqüentment han rejuenit la població. En aquest sentit, són les poblacions que han rebut major immigració on el grup de població jove i adulta és més significatiu i menor l'índex d'envelliment. Aquestes característiques s'observen amb major intensitat en els municipis de Lloret i Salou, que destaquen per registrar baixos índexs d'envelliment, amb un 53,14% i un 50,17%, respectivament (71,15% el litoral català i 90,57% Catalunya); o bé els nuclis de Roses, El Vendrell i Cambrils, per la seva proporció de menors de 20 anys, que es mouen entre 21,79- 23,14% (20,59% el litoral català i 19,20 Catalunya). No obstant, Calella i Sitges novament es desmarquen d'aquesta tendència, ja que en aquestes poblacions les immigracions s'anticiparen a la resta de municipis, i per tant, els efectes de rejueniment de la població són pràcticament imperceptibles avui en dia. Tant a Calella com a Sitges, el grup de joves registra valors inferiors al litoral i conjunt català, obtenint índexs d'envelliment força alts, fins i tot superiors als àmbits territorials de referència, com és el cas de Calella, amb un 92,16% (veure quadre 7.4).

**Quadre 7.4 Estructura de la població per grans grups d'edat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001**

Destinacions	Joves (0-19 anys)	Adults (20-64 anys)	Vells (65 i més anys)	Índex d'envelliment
Roses	23,14	63,43	13,43	58,04
LLoret de Mar	21,96	66,37	11,67	53,14
Calella de Mar	19,64	62,26	18,10	92,16
Sitges	18,41	66,01	15,58	84,63
El Vendrell	22,01	64,46	13,52	61,42
Salou	20,77	68,81	10,42	50,17
Cambrils	21,79	65,69	12,52	57,46
Total destinacions	21,11	65,37	13,52	64,04
Litoral Català *	20,59	64,76	14,65	71,15
Catalunya	19,20	63,40	17,39	90,57

\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu volum poblacional no permetria observar la dinàmica litoral catalana.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades I'INE.

### 3. L'ESTRUCTURA PRODUCTIVA I L'ESPECIALITZACIÓ FUNCIONAL

El sector primari (agricultura, ramaderia i pesca) ha perdut importància dintre de l'economia productiva de Catalunya, del seu litoral i en especial de les destinacions amb pla d'excel·lència. La disminució de la competitivitat d'aquest sector s'arrossega des de dècades precedents, on altres activitats com la indústria, en un primer període, i en l'actualitat els serveis, han relegat el seu paper dins l'economia. L'any 1986 les xifres ja eren prou baixes, no s'arribava al 6% en el cas català ni al 5% en les destinacions amb pla d'excel·lència, actualment els valors no superen el 3% en cap àmbit.

La indústria ha estat tradicionalment el sector més important del sistema productiu català, però la reconversió industrial dels vuitanta, la irrupció del turisme i la terciarització general de l'economia han minvat la seva importància, el descens dels llocs de treball localitzats industrials d'un 39,37% l'any 1986 a un 26,04% l'any 2001 (veure quadre 7.5) és indicador d'aquesta tendència. En el conjunt del litoral la dinàmica és similar, la indústria comença a perdre la seva rellevància a partir la dècada dels vuitanta, caient d'un 35,24% l'any 1981 a un 21,21% l'any 2001. Malgrat aquest descens, Catalunya i el litoral encara

conserven percentatges de llocs de treball localitzats industrials prou destacats en relació al context espanyol. En referència als municipis amb pla d'excel·lència, cal dir que el sector industrial no ha estat mai gaire important, a excepció de Calella, Sitges i El Vendrell, que si tenien una certa base industrial, però que en l'actualitat l'han perdut en gran part d'acord amb la tendència general. Finalment, el conjunt de localitats amb pla d'excel·lència han passat d'un 16,51% l'any 1986 a un 8,64% l'any 2001, quedant un percentatge final reduït dins l'estructura econòmica.

La pèrdua de capacitat industrial en les dues últimes dècades s'ha vist compensada pel potent creixement de la construcció i dels serveis associats a aquest sector, com les activitats immobiliàries, de lloguer i els serveis a les empreses. Aquest increment de la construcció s'ha donat de forma generalitzada a tota Catalunya i a la resta de l'Estat, com a conseqüència de les possibilitats de negoci que ofereix aquest sector, en un període que es caracteritza per la inestabilitat de la borsa i la baixada del tipus d'interès. Al litoral la intensitat constructiva és similar, ja que passa d'un 10,35% l'any 1986 a un 19,12% l'any 2001, mentre que en el conjunt de Catalunya va d'un 8,23% a un 18,16%. Els municipis amb pla d'excel·lència parteixen de valors més alts, perquè el caràcter d'espai turístic els fa encara més atractius pels inversors, circumstància que afavoreix el continu creixement de la construcció en aquests nuclis, amb resultats absoluts sempre per sobre de Catalunya o el litoral, però amb percentatges d'increment no tan grans per la seva progressiva saturació.

El procés de terciarització de l'economia, associat des de fa algunes dècades al desenvolupament econòmic de les societats occidentals, es tradueix en un rellevant increment del llocs de treball localitzats en el sector serveis, el qual ha esdevingut cada vegada més important. L'any 1986 el comerç i reparació, l'hostaleria, el transport i comunicacions, la mediació financera, l'administració i altres serveis ocupaven el 46,99% de llocs de treball localitzats a Catalunya, valor en constant augment fins arribar a representar el 53,37%, en el 2001. No obstant, aquest fenomen es dona de forma menys acusada al conjunt del litoral català i en les destinacions amb pla d'excel·lència, donat que aquests espais

presentaven ja des del 1986, alts percentatges d'especialització en el sector serveis (48,26% i 65,44%, respectivament), sobretot gràcies a la seva condició d'espais turístics. Si s'analitza per branques d'activitat, s'observa una tendència general a incrementar el llocs de treball localitzats en el comerç i reparació, l'administració i altres serveis, mentre que perden protagonisme l'hostaleria (tret del conjunt de Catalunya que guanya llocs de treball en aquesta branca, per la incorporació en la dinàmica turística de l'interior), els transports i les comunicacions i la mediació financera. Cal destacar, dels municipis amb pla d'excel·lència, la pèrdua de llocs de treball localitzats en l'àmbit de l'hostaleria a favor de les branques de l'administració i altres serveis, tal com succeeix en les destinacions de Roses (21,51% al 1986 a un 17,20% al 2001), Lloret de Mar (41,48% al 1986 a un 32,54% al 2001), Calella de Mar (27,57% al 1986 a un 14,91% al 2001), Cambrils (19,88% al 1986 a un 16,15% al 2001) i de forma menys acusada a El Vendrell (7,42% al 1986 a un 7,18% al 2001). Fenomen que constata una transformació progressiva d'aquests espais, inicialment amb un fort component turístic, en ciutats mitjanes on s'ofereixen serveis més diversificats que els pròpiament d'oci. De fet, en aquestes destinacions és comú l'increment de dotació de serveis sanitaris (hospitals, centres d'atenció primària), educatius (escoles, instituts, etc.), esportius (poliesportius, piscines, etc.) i culturals (biblioteques, teatres, auditoris, etc.), per tal de satisfer la demanda i les necessitats dels nous residents i del turista actual.

Però en aquest context, no tots els municipis amb pla d'excel·lència manifesten una davallada del nombre de llocs de treball localitzats en l'hostaleria. És el cas de Salou i Sitges, que han experimentat des de mitjans dels vuitanta un increment de l'ocupació en aquesta branca d'activitat. Sitges ha passat d'un 18,87% en el 1986 a un 20,10% en el 2001 i Salou en el mateix període ha crescut d'un 27,44% a un 31,46%. Aquest comportament es deu a que les polítiques de reestructuració turística d'aquestes destinacions han estat més intenses que a la resta de centres analitzats. A Salou aquest procés s'ha fonamentat en la diferenciació del producte, a partir de l'obertura del parc temàtic Port Aventura (1995), complex d'oci que ha suposat importants efectes productius sobre la destinació i el seu entorn, creant llocs de treball en diferents



branques d'activitat, especialment en l'hostaleria. També ha influït l'ampliació de la planta hotelera d'alta categoria, que de des finals dels noranta ha ofert noves oportunitats laborals en aquest sector. Per la seva banda, Sitges també mostra un creixement dels llocs de treball localitzats en l'àmbit de l'hostaleria, sobretot per la proximitat a Barcelona i la seva situació dins l'espai metropolità, que ha convertit el municipi en un complement perfecte per al turistes que visiten la ciutat de Barcelona, així com pels propis barcelonins. A més, l'aposta de Sitges per potenciar el turisme de reunions i congressos ha ajudat a diversificar i ampliar els llocs de treball en el sector de l'hostaleria.

En definitiva, els municipis amb pla d'excel·lència, malgrat el retrocés de la branca de l'hostaleria, segueixen mantenint una clara especialització turística, aquesta representa el 20,25% (2001) dels llocs de treball localitzats en aquestes destinacions, enfront del 8,67% del litoral i el 5,81% de Catalunya. L'activitat constructiva i el comerç, vinculats també al sector turístic, registren en aquests espais percentatges superiors al valor mitjà del litoral i al conjunt de Catalunya, amb un 15,14% i un 17,52% (2001), respectivament. El paper de la indústria és més feble que a la resta de Catalunya i al litoral, perquè no ha estat mai un sector destacat en aquestes destinacions, l'activitat industrial suposa el 8,64% de llocs de treball localitzats, respecte el 21,21% del litoral i el 26,04% (2001) de Catalunya.

**Quadre 7.5 Llocs de treball localitzats per branques d'activitat (%) als municipis amb pla d'excel·lència turística, anys 1986 i 2001**

Destinacions	A		B		C		D		E		F		G		H		I		J	
	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001	1986	2001
Roses	9,73	5,11	8,24	9,27	19,58	17,23	19,06	18,70	21,25	17,20	2,51	3,32	5,70	1,54	0,89	6,37	10,30	16,49	2,75	4,78
LLoret de Mar	0,99	1,36	5,65	5,85	8,32	13,25	19,34	17,02	41,48	32,54	5,66	5,74	2,36	1,8	0,87	5,10	12,20	10,42	3,14	6,93
Calella de Mar	3,44	1,63	20,95	9,8	4,87	9,76	14,97	19,23	27,57	14,91	5,73	5,48	2,97	2,48	1,97	6,61	14,13	24,58	3,4	5,5
Sitges	2,24	1,3	25,75	9,91	12,23	13,23	15,16	15,96	18,87	20,10	4,15	4,21	2,62	2,22	1,99	7,8	12,37	16,01	4,61	9,23
El Vendrell	3,39	2,46	22,27	14,33	15,58	17,53	22,06	20,47	7,42	7,18	6,39	4,83	3,20	2,37	1,45	7,33	14,59	18,41	3,64	5,09
Salou*	1,06	1,20	9,62	4,36	12,04	15,02	14,77	14,23	27,44	31,46	4,9	4,57	2,81	1,92	10,29	7,77	9,46	11,6	7,61	7,86
Cambrils	14,71	7,03	12,33	6,77	14,51	19,24	14,15	17,26	19,88	16,15	3,32	3	3,93	2,02	1,85	7,49	11,87	14,94	3,45	6,11
Total destinacions	4,85	2,78	16,51	8,64	11,56	15,14	17,00	17,52	24,63	20,25	4,72	4,50	3,25	2,05	1,65	6,90	12,36	15,61	3,48	6,61
Litoral Català **	5,86	2,88	35,24	21,21	8,37	11,87	14,68	17,80	8,75	8,67	5,52	5,52	2,77	2,38	1,98	7,25	13,03	16,90	3,51	5,52
Catalunya	5,42	2,43	39,37	26,04	5,70	9,02	13,82	16,11	4,56	5,81	6,45	5,70	3,99	3,08	2,53	9,14	14,57	17,20	3,60	5,47

A: Agricultura, ramaderia i pesca

F: Transport i comunicacions

B: Indústries extractives, manufactureres, electricitat, gas i aigua

G: Mediació financera

C: Construcció

H: Immobiliària, lloguers i serveis empreses

D: Comerç i reparació

I: Administració

E: Hostaleria

J: Altres serveis

\* Les dades de Salou fan referència als anys 1991 i 2001, ja que no existia com a municipi abans del 1989.

\*\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu pes específic no permetria observar correctament la dinàmica litoral catalana.

**Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat.**

Pel que fa l'estudi del mercat de treball dels municipis litorals catalans és interessant avaluar l'índex del balanç laboral, el qual posa en relació els llocs de treball localitzats totals (nombre d'ocupats que treballen en un municipi determinat, ja siguin residents en el mateix municipi o procedent d'altres) amb la població ocupada resident (residents d'un municipi que estan ocupats, ja sigui al mateix municipi de residència o en un altre de diferent). En funció dels valors del balanç laboral es poden classificar els nuclis en quatre grups:

- a) Balanç laboral <60%: es tracta de municipis amb una reduïda activitat productiva, on gran part de la població ocupada es desplaça per anar a treballar a un municipi diferent al de residència. El caràcter marcadament residencial d'aquestes localitats s'ha configurat fonamentalment a conseqüència de l'absorció d'habitants procedents del voltant de Barcelona, que han trobat en aquests municipis condicions d'accés a l'habitatge més favorables i un entorn menys congestionat, però que continuen treballant en els llocs d'origen. La situació generada és part del procés de metropolització de l'àrea de Barcelona, iniciat fa més de dues dècades, que en un primer moment va produir desplaçaments de residents procedents de la primera corona de Barcelona cap a municipis propers, per continuar més tard, cap a nuclis cada vegada més allunyats, amb la creació de nous habitatges i la conversió d'un bon nombre de segones residències en primeres. Els nuclis que s'han vist més afectats per aquest procés es situen majoritàriament al centre i sud de la comarca del Maresme (Montgat, El Masnou, Premià de Mar, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt, Sant Pol de Mar), a la comarca del Garraf (Viladecans, Castelldefels, Sant Pere de Ribes i Cubelles) i el Baix Penedès (Cunit, Calafell). Els nuclis de Deltebre i Sant Jaume d'Enveja representen un cas a banda, ja que estan vinculats laboralment amb Amposta.
- b) Balanç laboral 60-80%: agrupa municipis amb fort comportament residencial però que ja tenen una certa base econòmica. Són poblacions que es veuen afectades per la difusió de les dinàmiques metropolitanes a Catalunya. En aquesta categoria apareixen encara nuclis de la regió metropolitana de Barcelona (Pineda de Mar, Canet de Mar, Arenys de

Mar, Vilassar de Mar, Badalona i Vilanova i la Geltrú), però també d'àmbits d'integració funcional a escala més petita, com Begur i Palafrugell que mantenen relacions amb Palamós; Sant Feliu de Guíxols i Santa Cristina d'Aro amb Castell-Platja d'Aro; Blanes amb Lloret de Mar; Pineda de Mar amb Calella de Mar; Torredembarra i Cambrils amb Tarragona; El Perelló i l'Ampolla amb Tortosa; i Sant Carles de la Ràpita amb Amposta.

- c) Balanç laboral 81-100%: engloba aquells municipis amb activitats productives prou importants, però que encara expulsen més treballadors en comparació amb els que atreuen. Dins d'aquest grup es troben els nuclis de Portbou, Roses, Torroella de Montgrí, Tossa de Mar, Malgrat de Mar, Santa Susanna, Sitges, El Vendrell, Mont-roig del Camp i l'Ametlla de Mar, on predominen les activitats relacionades amb el turisme com la construcció, l'hostaleria i el comerç. Però també hi ha una sèrie de municipis de base industrial com Mataró, Sant Adrià del Besòs, Gavà i Amposta.
- d) Balanç laboral > 100: Municipis que destaquen per la seva concentració de llocs de treball, que permeten a més d'ocupar gran part de la població resident també atraure un bon nombre de treballadors forans. Tan sols quinze dels municipis litorals catalans es defineixen com a destacats centres de treball, alguns d'ells per la forta capacitat d'atracció laboral del sector de la construcció, derivada de la seva orientació turístic-residencial, tal com succeeix amb els municipis del Port de la Selva, Cadaqués, Castelló d'Empúries, L'Escala i Pals. A continuació, estarien Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou, per l'efectiva generació de llocs de treball en la prestació de serveis d'hostaleria i comerç. Mentre que Cabrera de Mar, Barcelona, El Prat de Llobregat, Tarragona, Vila-seca i Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant es deu a la indústria, activitat amb importants requeriments de mà d'obra. A més en el cas de Tarragona i Barcelona s'ha d'afegir la seva condició de centre de serveis i capital administrativa.

**Quadre 7.6 Balanç laboral (LTL/ POR) dels municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001**

<60 %	60-80 %	81-100 %	>100 %
Colera	LLançà	Portbou	Port de la Selva
Mont-ras	Sant Pere Pescador	<b>Roses</b>	Cadaqués
Sant Pol de Mar	Begur	Torroella de Montgrí	Castelló d'Empúries
Caldes d'Estrac	Palafrugell	Palamós	L'Escala
Sant Vicenç de Montalt	Calonge	Tossa de Mar	Pals
Sant Andreu de Llavaneres	Sant Feliu de Guíxols	Malgrat de Mar	Castell-Platja d'Aro
Premià de Mar	Santa Cristina d'Aro	Santa Susanna	<b>Lloret de Mar</b>
El Masnou	Blanes	Mataró	<b>Calella de Mar</b>
Montgat	Pineda de Mar	Sant Adrià del Besòs	Cabrera de Mar
Viladecans	Canet de Mar	Gavà	Barcelona
Castelldefels	Arenys de Mar	<b>Sitges</b>	El Prat de Llobregat
Sant Pere de Ribes	Vilassar de Mar	<b>El Vendrell</b>	Tarragona
Cubelles	Badalona	Mont-roig del Camp	Vila-seca
Cunit	Vilanova i la Geltrú	L'Ametlla de Mar	<b>Salou</b>
Calafell	Roda de Barà	Amposta	Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant
Altafulla	Creixell		
Deltebre	Torredembarra		
Sant Jaume d'Enveja	<b>Cambrils</b>		
	El Perelló		
	L'Ampolla		
	Sant Carles de la Ràpita		
	Alcanar		

\* En negreta els municipis amb pla d'excel·lència turística.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat.

Tal com s'observa en el quadre 7.6, bona part dels municipis amb pla d'excel·lència turística són centres de treball, especialment els nuclis on el model d'implantació turística es fonamenta en l'hoteleria. Lloret registra un balanç laboral del 109,55%, Calella té un 101,28% i Salou un 111,55%. De fet, un dels impactes positius més rellevants del turisme sobre la societat és la generació de llocs de treball, donat que depèn en gran mesura del factor humà. Segons Mazón (2001), l'activitat turística crea abundants treballs directes, indirectes i induïts. Els directes es produeixen en aquells establiments i negocis que ofereixen directament béns i serveis als turistes (hotels, restaurants, cafeteries, bars, agències de viatges, guies turístics, serveis de transport, etc.). Els indirectes són més difícils d'avaluar, ja que no es poden distingir clarament si es deuen al turisme o a les necessitats de la població local, tanmateix són aquells treballs relacionats amb l'agricultura, el comerç, les indústries locals, etc. Per

últim, els induïts engloben els treballs relacionats amb la construcció d'edificacions, obres públiques en general i d'altres empreses d'equipaments i serveis.

Un altre indicador de caràcter econòmic és la renda bruta familiar disponible per habitant, que mesura la capacitat de consum o estalvi d'un territori contrastant el nivell d'ingressos disponible amb la càrrega impositiva establerta (veure quadre 7.7). El conjunt de destinacions amb pla d'excel·lència turística registren una renda familiar disponible per habitant superior a la mitjana del litoral (11,53%) i de Catalunya (12,38%), entre elles destaquen pels seus elevats valors, les destinacions de Sitges (15,08), Salou (13,96), Lloret (13,58), Cambrils (13,49) i El Vendrell (13,2). Per tant, la seva condició d'espais turístics ha situat a aquestes poblacions en una posició socioeconòmica beneficiosa respecte a altres poblacions de l'entorn.

**Quadre 7.7 Renda bruta familiar disponible dels municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001**

Destinacions	Renda bruta familiar disponible per habitant (milers euros)
Roses	12,74
LLloret de Mar	13,58
Caella de Mar	11,77
Sitges	15,08
El Vendrell	13,20
Salou	13,96
Cambrils	13,49
<b>Total destinacions</b>	<b>13,49</b>
Litoral Català * **	11,53
Catalunya	12,38

\* No s'ha inclòs la ciutat de Barcelona perquè pel seu pes específic no permetria observar correctament la dinàmica litoral catalana.

\*\* És una valor aproximat ja que només es disposa de dades per als municipis de més de 5.000 habitants, aquests agrupen el 62,8% dels municipis litorals catalans i el 95,7% de la seva població.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat.

Si bé el turisme ha estat freqüentment la via econòmica adoptada per molts territoris en situació de fragilitat i crisi, convertint-se en la principal font d'ingressos i de desenvolupament, aquesta activitat no està exempta d'aspectes negatius. Entre ells destaca des de l'àmbit laboral, les elevades taxes d'atur

derivades de l'ocupació temporal i irregular que genera el sector de l'hostaleria. En aquest sentit, el conjunt de destinacions amb pla d'excel·lència turística presenten una taxa d'atur del 14,89% de mitjana, percentatge notablement superior al català que és el 10,18% (veure quadre 7.8). Els municipis amb major taxa d'atur són Salou amb un 21,79%, Lloret amb el 21,22% i Calella amb el 20,98%, en aquestes tres destinacions l'hoteleria té un clar protagonisme. Els municipis de Sitges i El Vendrell registren xifres semblants a la mitjana catalana, del 10,54% i 10,61% respectivament, per la seva condició de municipis metropolitans, que els confereix una menor dependència econòmica del turisme. Pel que fa a Cambrils, malgrat la seva forta especialització turística, té un atur inferior a la mitjana catalana, degut a que una part de la seva població ocupada es desplaça cap a centres de treball com Reus (comercial i de serveis) i Tarragona (industrial i de serveis).

L'ocupació turística, a diferència d'altres tipus, es caracteritza per una marcada estacionalitat laboral. El fet que els turistes solen viatjar durant els mesos d'estiu, especialment en el mes d'agost, comporta que durant la temporada alta es requereixi d'un volum important de mà d'obra, mentre que en temporada baixa la plantilla necessària és mínima o fins i tot innecessària, en el cas que l'empresari decideix tancar l'establiment per manca de demanda. Aquest fenomen propi de destinacions turístiques de sol i platja, s'ha analitzat a partir del càlcul de la taxa de la variació de l'atur, consistent en dividir el número d'aturats del mes amb major nombre respecte al mes amb menor quantia. Cal tenir en compte que el càlcul d'aquesta taxa no és un valor estrictament real, ja que es comptabilitza la població aturada resident, amb independència del municipi on treballa.

Bona part de les destinacions amb pla d'excel·lència turística presenten altes taxes de variació de l'atur, amb una mitjana de 133,53%, entre els que sobresurten Lloret (329,22%), Salou (297,65%) i Roses (215,81%). Amb taxes relativament elevades, però d'intensitat inferior respecte al total de destinacions, es situen Cambrils amb un 114,31% i Calella amb un 93,92%, ja que es tracta de nuclis que malgrat tenir una important activitat turística, part de la seva població ocupada va a treballar a altres municipis del voltant en la indústria o els serveis.

En canvi, Sitges amb un 33,96% i El Vendrell amb un 40,18%, adquireixen baixes taxes de variació de l'atur, notablement inferiors al conjunt de destinacions amb pla d'excel·lència i properes al valor del litoral català (35,30%). Ambdues són localitats que mantenen una ocupació més estable, perquè una part significativa de la població treballa a Barcelona o rodalies, on predomina una oferta laboral poc estacional, com és la branca industrial i de serveis en general (administració pública, educació, sanitat, comerç, transport i telecomunicacions, etc.).

**Quadre 7.8 Taxa d'atur i la seva variació en els municipis amb pla d'excel·lència turística, any 2001 i 2004**

Destinacions	Taxa atur (2001)	Taxa variació atur (2004)
Roses	12,22	215,81
LLoret de Mar	21,22	329,22
Calella de Mar	20,98	93,92
Sitges	10,54	33,96
El Vendrell	10,61	40,18
Salou	21,79	297,65
Cambrils	10,09	114,31
Total destinacions	14,89	133,53
Litoral Català *	11,92	35,30
Catalunya	10,18	8,90

**Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat i l'Observatori de Treball de la Generalitat de Catalunya.**



## **CAPÍTOL 8. APLICACIÓ DEL MÈTODE DELPHI A L'ESTUDI DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA DEL LITORAL CATALÀ**

Davant les dificultats per avaluar en profunditat els efectes sobre les destinacions d'aquest tipus d'iniciativa, s'ha considerat la metodologia Delphi com a un dels sistemes de valoració més adequats.

La informació recollida mitjançant l'estudi Delphi permet:

1. Obtenir una valoració sobre la destinació, mitjançant la detecció de punts forts i febles, l'anàlisi de la situació del sector empresarial turístic i l'anàlisi de política municipal desenvolupada durant els darrers anys, directa o indirectament relacionada amb el sector.
2. Avaluar el pla d'excel·lència turística tenint en compte aspectes com el nivell de coneixement del pla i de les actuacions per part de la població resident i del turista, el nivell d'utilització i satisfacció de les iniciatives i el grau de participació del sector privat en la implantació del pla.
3. Establir els impactes provocats pels plans d'excel·lència, des del punt de vista territorial, social i turístic.
4. Valorar de forma global el funcionament dels plans d'excel·lència com a instrument per millorar la destinació.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Quadre 8.1 Fitxa tècnica del procés d'avaluació dels plans d'excel·lència turística a través del mètode Delphi**

Tipus d'estudi: mètode Delphi.

Àmbit: administració pública turística, sector empresarial turístic i societat civil de les destinacions litorals catalanes on es va implantar un pla d'excel·lència. En el cas de Roses, l'administració no ha estat receptiva a l'hora de col·laborar com a participant, ni tampoc ha volgut facilitar la documentació necessària per poder desenvolupar l'estudi. Després de múltiples intents i davant l'actitud passiva mostrada, finalment s'ha optat per descartar aquest municipi de l'anàlisi.

Dimensions de la mostra: 60 enquestats, 10 per cadascun dels municipis amb pla d'excel·lència turística (2 administració, 5 sector privat i 3 societat).

Dates treball de camp: Febrer- Juny 2005.

**Font:** Elaboració pròpia.

## **1. ANÀLISI PER CADA PLA D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA**

En el procés d'avaluació dels plans d'excel·lència mitjançant el mètode Delphi, primerament s'analitzen els resultats del qüestionari (veure Annex IV) de forma individualitzada per cadascun dels plans. Es tracta d'identificar, a partir de les diferents preguntes plantejades als experts, aquells factors positius i negatius en relació la valoració de la destinació en general, així com el coneixement, funcionament i impactes del pla.

### **1.1 Lloret de Mar**

Lloret de Mar és un dels espais turístics de sol i platja més destacats i amb major tradició del litoral mediterrani espanyol, aquesta condició és veu refermada amb les fortaleses detectades per la majoria d'experts, ja que estan molt d'acord en que existeix una important oferta hotelera a la destinació, un bon estat de les platges i una imatge consolidada. En canvi, s'observen una sèrie de punts dèbils, que es relacionen fonamentalment a una insuficient xarxa de comunicacions i un accés deficient als principals recursos, però també, amb problemes clàssics dels municipis de sol i platja, com la marcada estacionalitat, el baix nivell de despesa del turistes i la falta de potenciació del patrimoni natural i cultural.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Pel que fa al sector privat, es constata la voluntat d'associacionisme, amb l'existència de diversos gremis i associacions (Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar, Associació de Bars i Restaurants de Lloret de Mar, Associació de Comerciants, Associació de Cuiners de Lloret de Mar, Associació Empresarial d'Agències de Viatge i l'Associació Sector de la Nit, que a la vegada són membres de l'Associació d'Empreses Turístiques de Lloret de Mar), tanmateix hi ha dificultats en posar-se d'acord entre elles, especialment entre les empreses d'allotjament i el sector de la nit, fet que no permet desenvolupar una veritable estratègia comuna. Per altra banda, els enquestats destaquen l'aposta per la inversió en equipaments turístics, de quatre hotels amb categoria quatre estrelles, s'ha passat en pocs anys a un hotel de cinc estrelles i vint-i-un de quatre estrelles. No obstant, s'ha d'assenyalar que la societat i part de l'empresariat creuen que l'esforç que s'està fent en la renovació de la infraestructura turística no és suficient. En la vessant negativa, els enquestats es posen d'acord en que els empresaris s'han preocupat poc, tant en la formació dels treballadors, situació associada a l'estacionalitat i l'elevada rotació laboral; com en la incorporació de principis de singularització als productes i serveis que ofereixen.

Els experts són bastants crítics amb la gestió municipal dels darrers deu anys, si bé es van fer millores en els equipaments i serveis urbans, foren limitades les iniciatives de diversificació i desestacionalització de l'oferta turística i reduïda la integració de criteris de sostenibilitat en la política municipal, tant des del punt de vista econòmic, com social i mediambiental, tot i comptar des del 1999 amb una Agenda Local 21.

Respecte al nivell de coneixement del Pla, els enquestats creuen que la majoria del sector empresarial turístic té constància de la implantació d'aquesta iniciativa en la seva destinació. Mentre que la població local, però sobretot el turista, pràcticament no el coneixen, malgrat els diferents mecanismes de comunicació utilitzats (els panells informatius situats en els accessos de la destinació, premsa i ràdio local). El mateix succeeix amb el grau de coneixement de les diverses actuacions desenvolupades. Únicament la població autòctona coneix de forma puntual aquelles mesures que han tingut una manifestació més visible, com la nova oficina de turisme, o bé, han despertat polèmica, com ara el Pla de

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Senyalització dels Establiments Turístics i la remodelació de la Plaça del Doctor Adler. En el primer cas pel seu disseny, i en el segon, per oposar-se a la voluntat general de la població, que sol·licitava la ubicació d'un pàrquing. De totes maneres, és discutible que la població sabés d'on procedia realment el seu finançament.

Les actuacions del Pla que presenten una major utilització per part de la població, segons l'administració i societat, corresponen a les relacionades amb la recuperació urbanística. Mentre que tots els experts estan d'acord en que el turista fa un ús destacat, tant dels projectes vinculats a la recuperació urbanística com de la dotació d'equipaments proporcionada pel Pla. En sentit contrari, les menys utilitzades per part del turista són les vinculades a la diversificació i enriquiment de l'oferta. Segons els enquestats, l'escassa repercussió que ha tingut la recuperació i adequació turística del jaciment arqueològic del Turó Rodó, del castell medieval de Sant Joan i les millores en els Jardins de Santa Clotilde, es deu al tipus de públic que visita la destinació, turistes motivats principalment pel sol i la platja. Per altra banda, les actuacions menys utilitzades per la població local pertanyen a la diversificació i enriquiment de l'oferta i la dotació d'equipaments, explicable per ser iniciatives pensades fonamentalment per la satisfacció del visitant.

El turista ha estat bastant o mitjanament satisfet amb les diverses actuacions desenvolupades pel Pla, circumstància completament diferent al comportament de la població, que només ha estat satisfeta en referència a les iniciatives de recuperació urbanística (compra, demolició i urbanització de l'Hotel San Francisco, la remodelació de carrers situats al centre, creació de zones vianants i millora de la façana marítima en el sector de Sa Caleta).

Pel que fa al paper del sector privat en el desenvolupament del Pla, els experts opinen que no han estat representats tot els subsectors empresarials turístics, únicament el Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar (agrupa hotels, hostals, càmpings i apartaments). Paradoxalment, aquest no ha participat activament en la presa de decisions sobre les actuacions, tot i que se li ha demanat opinió en alguna actuació puntual, com la del Pla de Senyalització Turística dels Establiments. L'empresariat, tampoc s'ha implicat econòmicament en el Pla, ni ha realitzat actuacions complementàries.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Des del punt de vista dels impactes territorials generats pel Pla, els enquestats coincideixen en que les estratègies plantejades no únicament s'han centrat en la zona de platja, sinó que han tingut un tractament espacialment integral. També es posen d'acord sobre el fet que ha comportat millores en l'estructura urbano-turística de Lloret, de gran importància per corregir els efectes negatius del model de creixement turístic precedent. En canvi, estan bastant d'acord en que el Pla no ha dissenyat actuacions que afavoreixin l'articulació entre diferents espais litorals, per exemple amb Tossa de Mar o bé Blanes, ja que en realitat totes les actuacions plantejades tenien com àmbit territorial d'aplicació el propi municipi de Lloret.

En relació als impactes socials, els enquestats estan bastant d'acord en que el Pla no ha contribuït a sensibilitzar la població local envers el fenomen turístic, perquè no ha desenvolupat cap actuació al voltant d'aquest aspecte. Per altra banda, la població s'ha vist poc involucrada en el desenvolupament del Pla.

Respecte a l'impacte turístic, els experts estan bastant d'acord que el Pla no ha fomentat l'increment de la qualitat dels establiments turístics, ja que Lloret presentava una certa tradició en la implantació de sistemes de qualitat abans del pla d'excel·lència (1999), com l'existència del Pla de Qualitat per hotels i apartaments, que data del 1997. Un altre dels punts conflictius gira entorn la potenciació de productes preexistents i ofertes específiques, encara que el Pla ha realitzat accions per valoritzar el patrimoni cultural com a producte, segons els enquestats, es consideren insuficients tenint en compte la diversitat de recursos naturals i culturals que disposa la destinació. Els entrevistats, també pensen que el Pla no ha servit per crear nous organismes de gestió turística. De fet, Lloret Turisme (ens públic-privat predecessor de Lloret Futur S.A. i creat al 2001) no va ser fruit del pla d'excel·lència, sinó de la necessitat de substituir l'antic patronat de turisme per les problemàtiques existents. Lloret Turisme, format per l'Ajuntament de Lloret i l'Associació d'Empresaris Turístics de Lloret de Mar té l'objectiu de promocionar i gestionar la política turística de Lloret de Mar.

Per últim, malgrat que els experts estan d'acord en que el Pla mereix una valoració global positiva, creuen que pel tipus d'enfocament, el marcat lideratge de l'administració pública i la seva curta durada, no ha aconseguit dinamitzar per si sol la destinació.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

**Quadre 8.2 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Lloret de Mar. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidora de Turisme de Lloret de Mar i gerent de Lloret Turisme.

**Sector empresarial turístic:** president del Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar, president de l'Associació d'Agències de Viatge Receptives, president de l'Associació de Bars i Restaurants de Lloret de Mar, director del Càmping Santa Elena i director del parc aquàtic Water World.

**Societat:** president de l'Associació de Comerciants, membre de l'Associació Ciutadana Sos Lloret i membre del grup de treball de l'Agenda Local XXI.

**Font. Elaboració pròpia.**

## **1.2 Calella de Mar**

Calella de Mar, coneguda com la capital turística de la Costa del Maresme, és una destinació amb una llarga tradició, tal com es desprèn de les forteses apuntades pels experts: imatge consolidada, important oferta hotelera i bon estat de les platges. El desenvolupament turístic del municipi s'ha vist afavorit per la seva localització geogràfica (aproximadament a 50 km de Barcelona i Girona) i sobretot per la disponibilitat de bones infraestructures de comunicació i transport (N-II, l'autopista C-32, la línia de ferrocarril Barcelona-Girona i els aeroports de Barcelona i Girona-Costa Brava). No obstant, el sector empresarial destaca certes qüestions problemàtiques respecte a les infraestructures, com és que la xarxa de ferrocarril és una barrera física que dificulta l'accés a la platja i la via de comunicació més ràpida és una autopista de peatge.

Tanmateix, aquest creixement turístic es va produir de forma poc planificada i accelerada, comportant un paisatge urbà deteriorat, congestionat i amb accessos inadequats als atractius turístics (problemes de mobilitat interna i aparcament), condicions que segons els experts encara es mantenen en l'actualitat. Altres debilitats detectades en la destinació corresponen a una manca de formació dels treballadors, marcada estacionalitat turística, activitat amb un escàs nivell de despesa i falta de potenciació dels recursos naturals i

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

culturals. Debilitats que es veuen parcialment compensades per la bona qualitat de l'oferta d'allotjament i pel fet que la població està sensibilitzada amb el fenomen turístic.

En relació al sector privat, es podria afirmar que existeix un elevat grau d'associacionisme empresarial turístic, ja que compta amb el Gremi d'Hostaleria de Calella i l'Alt Maresme (gremi de caràcter comarcal que comprèn el 80% dels hotels, càmpings, restaurants, bars i discoteques de Calella), l'Associació Turística Calella (creada al 2004 i aglutina el 80% del sector turístic de la ciutat entre hotels, càmpings i agències de viatges) i Calella Activa (societat de capital públic i privat que va néixer el 1994 amb l'objectiu de promocionar l'activitat turística a Calella, formada per hotels, càmpings, apartaments, agències de viatges, restaurants i bars, discoteques i pubs, però dissolta des del 2006). De totes maneres, els experts no acaben de posar-se d'acord en aquest aspecte i presenten opinions força divergents, inclús entre membres del mateix grup. Aquesta manca d'acord es manifesta també quan s'analitza el nivell de consens dins el sector empresarial turístic, ambdues qüestions clarament vinculades. Segurament, la poca coincidència en les opinions ve relacionada amb la escassa sintonia i nivell de col·laboració dins el sector privat. Tampoc no estan d'acord sobre que l'empresariat s'hagi preocupat per la formació dels seus treballadors, ni que les empreses hagin creat nous productes i serveis singulars, tot i que es troba alguna iniciativa en aquest sentit, com la construcció d'una piscina olímpica per part de l'Hotel Sant Jordi (de tres estrelles), amb l'objectiu d'atraure esportistes d'elit. En canvi, es posen d'acord en relació a que els empresaris han invertit en la millora dels seus equipaments i serveis, l'exemple més clar es dona amb la profunda reestructuració de l'oferta hotelera iniciada a la dècada dels noranta (pèrdua de places de baixa categoria a favor de les de categoria mitjana i alta).

Els experts són força crítics sobre la gestió municipal dels darrers deu anys, assenyalen problemes greus en alguns serveis urbans com la neteja i la falta de criteris de desenvolupament sostenible. De fet, els enquestats pensen que la política municipal durant aquest període no ha definit estratègies per a limitar el creixement urbanístic (no es redacta un POUM fins l'any 2005, les anteriors Normes Subsidiàries eren molt més expansives), no s'ha preocupat per

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

incorporar noves activitats econòmiques complementàries a la turística, no s'han valoritzat prou els recursos patrimonials (naturals i culturals) necessaris per aportar diferenciació i diversificació a l'oferta, no s'han introduït mecanismes de gestió mediambientals (encara que Calella de Mar inicià al 1999 el procés d'Agenda Local 21), ni tampoc s'ha aconseguit trencar l'estacionalitat.

Respecte al nivell de coneixement del Pla, malgrat els importants esforços dedicats a la seva divulgació, ja sigui a través de panells informatius en els accessos al municipi, el Butlletí de Calella Excel·lència (publicació específica), o la pròpia pàgina web, no hi ha consens entre els experts sobre el fet que una bona part de la població tingui constància del desenvolupament del Pla. No obstant, els enquestats estan molt d'acord en que la majoria del sector empresarial turístic sap de la seva implantació, mentre que el turista no està gens informat. Ara bé, si es tracta del coneixement de les actuacions, el nivell és força baix, tant per part de la població com sobretot del turista, que és nul. S'entén d'aquestes respostes perquè la figura del Consell Assessor, creada per involucrar a la ciutadania en el disseny dels projectes, va tenir poca incidència.

Les actuacions del Pla més utilitzades per la població estan associades bàsicament a la recuperació urbanística (enderroc dels hotels Cala i Cisne per a la posterior urbanització de la Plaça Vicenç Ferrer, remodelació de la Plaça de la Constitució, millora estètica del passeig Manuel Puigvert i renovació de façanes en edificis de la ciutat), però el sector empresarial no valora tan positivament la seva utilització, probablement perquè no li han aportat un benefici directe a les seves activitats. Mentre que per part del turista, l'actuació més utilitzada correspon al condicionament i millora de les platges. Per altra banda, la menys utilitzada per la població s'identifica amb la millora dels accessos (només s'han ubicat noves parades per autobusos turístics i s'han instal·lat alguns semàfors en la N-II), i en el cas del turista s'afegeixen les accions relacionades amb el màrqueting i comunicació, ja que en relació a aquest últim punt només s'han editat fulletons informatius del Pla.

Els experts consideren que tant la població com el turista tenen un baix nivell de satisfacció de les actuacions realitzades pel Pla, tot i que no existeix suficient consens entre experts entorn aquest aspecte. De totes les accions, la població



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

únicament està relativament satisfeta amb la recuperació urbanística i la millora dels accessos, en aquest últim cas es veu beneficiada perquè s'han reduït els problemes de trànsit provocats per l'estacionament dels autobusos turístics. En canvi, el turista tan sols està relativament satisfet amb la recuperació urbanística, en especial per les obres de millora a la zona hotelera al voltant de la plaça del Parlament de Catalunya. Les actuacions que presenten un menor nivell de satisfacció per part de la població són les associades al condicionament i millora de platges i les accions de màrqueting i comunicació. Mentre que el turista se sent poc satisfet amb el condicionament i millora de platges (l'única acció realitzada ha estat instal·lar plataformes marines a les platges), la millora d'accessos, la diversificació i enriquiment de l'oferta (reformes al Parc Dalmau i rehabilitació de les Torretes), i el màrqueting i la comunicació, segons els experts, per considerar-les iniciatives massa fragmentàries. Paral·lelament, existeixen algunes actuacions que per la seva naturalesa (mesures intangibles) no han quedat reflectides en la valorització, com la realització d'una auditoria ambiental per a la implantació de l'Agenda Local 21 i la confecció d'un estudi sobre el turisme de congressos.

El sector privat ha estat representat en el Pla mitjançant el Gremi d'Hostaleria de Calella i l'Alt Maresme. Tanmateix, els enquestats consideren que l'empresariat no ha participat activament en el diagnòstic i proposta d'actuacions, ni tampoc ha contribuït econòmicament en accions complementàries al Pla.

En referència als impactes territorials generats pel Pla, cal destacar que els experts estan poc d'acord en que s'hagin plantejat estratègies d'incorporació i articulació entre els diferents espais litorals (Santa Susanna, Pineda de Mar, Sant Pol de Mar, etc.), ni que les iniciatives desenvolupades hagin ajudat a valoritzar el territori.

Si es tracta dels impactes socials, els experts estan bastant d'acord en que a través del Pla no s'ha incrementat la sensibilització de la població entorn al fenomen turístic ni aquesta s'ha vist involucrada en el seu desenvolupament, ja que segons els enquestats el Consell Assessor es va crear massa tard i no va presentar continuïtat, esdevenint una eina més formal i d'imatge que realment efectiva.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Respecte als impactes turístics, els experts opinen que el Pla no ha fomentat l'increment de la qualitat dels establiments turístics, perquè si bé s'ha iniciat una profunda renovació del parc hoteler des de principis dels noranta, aquesta dinàmica no té res a veure amb el desplegament del Pla. Tampoc ha contribuït a millorar la qualitat dels serveis públics turístics, tan sols es creen noves parades per autobusos turístics en un tram reduït (el carrer de Sant Jaume), i a més la potenciació del producte sol i platja ha estat gairebé inexistent, únicament s'instal·laren unes plataformes marines. També els enquestats denoten la poca atenció que ha dedicat el Pla a la revalorització dels recursos naturals i culturals, en aquest sentit reclamen una major potenciació del parc Dalmau (amb un projecte de rehabilitació temàtica) i de l'entorn del Far-Les Torretes (en que el Far pogués ser visitat i es dotés d'un camí de ronda que connectés ambdós espais), la incorporació de nous usos a la Fàbrica Llobet (antiga fàbrica tèxtil, actualment seu de diverses entitats calellenques) i la promoció del Parc Natural del Montnegre Corredor, que encara que no es situï dins del municipi, per la seva proximitat també pot esdevenir un atractiu turístic per a la destinació. El Pla no ha impulsat la creació d'ofertes específiques, ni el desenvolupament sostenible de l'activitat, si bé a través d'ell es va finançar l'auditoria ambiental de l'Agenda Local 21. Tampoc ha servit per la crear nous organismes de gestió turística.

Es detecta una preocupant falta de cooperació entre el sector públic i privat (encara que part de l'empresariat i l'administració no són tan pessimistes), juntament amb d'altres aspectes, com el baix finançament, l'excessiva dedicació pressupostària en la millora urbana i els problemes de gestió, factors suficients perquè els experts considerin que el Pla no ha tingut capacitat de dinamitzar la destinació. Tanmateix, els experts no es posen d'acord en relació a la valoració global del Pla, les opinions es mouen entre la desil·lusió d'una oportunitat perduda, provocada per les excessives expectatives creades i pocs els resultats obtinguts; o bé d'altres que reconeixen la seva utilitat com a inici del procés de reformulació del model turístic.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Quadre 8.3 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Calella de Mar. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidor de Turisme de Calella de Mar i gerent del Patronat de Turisme de Calella de Mar.

**Sector empresarial turístic:** president del Gremi d'Hostaleria de Calella i l'Alt Maresme, president de l'Associació Turística Calella, director de l'Hotel Bernat II, director del Càmping Botànic Bona Vista i president del grup turístic Serhs.

**Societat:** president de l'Associació de Comerciants de Calella Centre Comercial, professor de cuina a l'IES Bisbe Sivilla i responsable de l'Associació Cívica Capaspre.

**Font:** Elaboració pròpia.

### 1.3 Sitges

Sitges és un punt de referència turístic de sol i platja, que gaudeix d'una imatge consolidada i d'una destacada oferta hotelera de qualitat. Però al mateix temps disposa d'importants atractius arquitectònics i culturals, que s'han posat en valor i li confereixen un caràcter singular i una imatge de prestigi.

En termes generals, els experts creuen que la destinació presenta bones condicions en matèria d'infraestructures de comunicació i transports, formació dels treballadors i una població resident sensibilitzada amb el fenomen turístic, factors que han contribuït a desenvolupar un model turístic competitiu en relació a altres destinacions pròximes, capaç d'afrontar l'estacionalitat i atraure a un turista de poder adquisitiu mitjà-alt. No obstant, els enquestats detecten un pobre ús turístic del patrimoni natural, en especial del Parc Natural del Garraf, com també una part de l'empresariat pensa que l'aprofitament del patrimoni històric i l'estacionalitat turística encara són un problema pel municipi.

Un cas particular és el que afecta al nivell de despesa del turista, ja que l'administració i els empresaris estan satisfets amb aquest aspecte, però la societat no ho percep de la mateixa manera, segurament perquè la població local també tracta amb l'excursionista (no pernocta), que en general té un perfil de consum inferior.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Respecte al funcionament del sector privat, l'administració i els empresaris consideren que hi ha un elevat nivell d'associacionisme en la destinació, a través del Gremi d'Hostaleria de Sitges (agrupa una part significativa dels hotels, pensions, apartaments, càmpings, restaurants, bars i discoteques), el Club de Tast (format per diversos restaurants) i la Federació de Comerciants i Empresaris de Sitges, que afavoreix un bon nivell de consens dins dels diversos subsectors empresarials observat per tots els experts. A la vegada, també coincideixen en opinar que durant els darrers anys, les empreses turístiques han dedicat una part important de la inversió a la millora dels seus equipaments. De fet, des de la celebració dels Jocs Olímpics de 1992 a Barcelona, la planta hotelera de Sitges entra en un procés de requalificació, aconseguint que en l'actualitat més de la meitat dels hotels siguin de categoria alta (quatre i cinc estrelles), alguns d'ells amb sales per a reunions i congressos. En aquesta línia, els enquestats creuen que durant els darrers anys l'empresariat turístic s'ha esforçat en formar els seus treballadors, donat que la rotació laboral és menor gràcies a les pautes de desestacionalització, si bé algunes persones del sector empresarial pensen que s'hauria de treballar molt més en l'àmbit de la formació.

En referència a la gestió municipal, els experts consideren que durant els darrers deu anys s'han realitzat poques millores en equipaments i serveis urbans, entre els punts més criticats es troben el tema dels pàrquings, el transport públic, la pèrdua de la sorra de les platges i els problemes d'inundacions. Per altra banda, encara que no hi ha un bon nivell de consens entre els entrevistats, aquests han detectat poques estratègies capaces de limitar i corregir el creixement urbanístic, en bona part afavorit per la dimensió metropolitana adquirida per Sitges al llarg d'aquests anys. Pel que fa a la recuperació d'espais naturals, només queda el sector de Colls-Miralpeix en bon estat de conservació, l'administració local tampoc ha incidit en mesures que permetin incorporar nous productes de valor afegit. De la mateixa manera, que segons l'empresariat i la societat, el govern ha definit poques polítiques dirigides a crear un territori econòmicament equilibrat.

En relació al nivell de coneixement del Pla (en el moment de l'estudi es trobava en la segona anualitat) els experts estan d'acord que tant la població com el sector empresarial turístic tenen constància de la seva existència, tot i que alguns enquestats del sector privat i de la societat pensen que el grau de

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

coneixement per part de la població és força baix. També cal destacar l'elevat grau de coneixement dels objectius plantejats pel Pla en el cas del sector empresarial. En canvi, els enquestats constaten que la majoria dels turistes no tenen cap coneixement d'aquest projecte. Per tal de donar difusió al Pla, aquest ha comptat amb panells anunciadors del Pla, informació a partir de la revista "L'Informatiu del Pla d'Excel·lència Turística de la Vila de Sitges" i la pròpia pàgina web turística Sitges, a més de diferents articles al Diari de Vilanova i l'Eco de Sitges, que han informat sobre el seu funcionament, programes i actuacions. Si es tracta de les actuacions, tots els experts opinen que la població presenta un nivell bastant baix de coneixement, mentre que en el cas del turista és molt baix.

Tanmateix, el nivell d'utilització i satisfacció de les actuacions es converteixen en aspectes difícils d'avaluar, ja que durant les dues primeres anualitats del Pla han estat poques les actuacions que s'han materialitzat físicament, únicament s'ha realitzat el soterrament de contenidors de brossa a la Platja de Sant Sebastià, la instal·lació dels panells informatius del Pla, la creació de la web turística de Sitges i s'ha editat la revista "Sitges Singular", la resta són treballs i estudis entorn les següents línies estratègiques:

- Creació i consolidació del producte turístic: redefinició i integració del portafoli de productes de turisme cultural; creació del portafoli integrat de productes de turisme actiu; conceptualització i promoció del "Taller Internacional de Cuina i Enologia"; concepció i disseny de continguts dels productes dels diferents portafolis; creació de productes culturals temàtics relacionats amb la música.
- Promoció i comunicació turística: elaboració d'un pla de màrqueting operatiu; disseny d'un pla de dinamització turística; pla de comunicació; estudi del perfil del turista i substitució de la marca "Sitges, joia de la Mediterrània", per una de nova "Sitges, l'art de viure".
- Foment de la qualitat: sensibilització i formació per a la implementació de processos i certificacions de qualitat.
- Millora del medi urbà i natural: pla de mobilitat; pla de senyalització; pla de viabilització del casc antic; i avantprojecte de remodelació del Passeig de la Ribera.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Segons els experts, en el desenvolupament del Pla han estat representats bona part dels subsectors empresarials turístics, sobretot mitjançant el Gremi d'Hostaleria de Sitges, de fet el sector privat ha participat activament en el diagnòstic i la proposta d'actuacions. En aquest sentit, l'empresariat s'ha involucrat amb la creació dels grups de productes, Club Convention Bureau (empreses relacionades amb l'organització de congressos), Club de Turisme Actiu (empreses que promouen i comercialitzen activitats en contacte amb la naturalesa), Club de Comerç (empreses vinculades al comerç), Club de Turisme Cultural (empreses, entitats i organismes que potencien, difonen i comercialitzen productes relacionats amb el patrimoni històric, artístic i monumental), els quals col·laboren entre ells. L'empresariat turístic també participa en el Pla de Gestió i Millora de la Qualitat Turística, però no ha intervingut econòmicament en accions complementàries al Pla, malgrat que alguns enquestats del món empresarial afirmen haver contribuït econòmicament en accions de màrqueting i comunicació.

Respecte als impactes territorials generats pel Pla, els enquestats estan d'acord en que les estratègies plantejades han tingut en compte el conjunt del municipi, per tant que les actuacions incideixen tant en la zona de platges com en el casc antic. En canvi, no han fomentat projectes d'articulació entre els diferents nuclis litorals contigus (Castelldefels, Vilanova i la Geltrú, etc.). Per altra banda, els experts consideren que els projectes plantejats dintre del Pla comportaran millores en l'estructura urbano-turística i que han ajudat a valoritzar el territori, encara que part del sector empresarial i la societat es mostren en desacord. Les principals discrepàncies sorgeixen perquè els enquestats no han vist fins al moment executats els plans de millora del medi urbà contemplats en el pla d'excel·lència, i perquè si bé s'han realitzat accions per estructurar l'oferta i crear productes amb identitat, els seus resultats no són encara gaire perceptibles.

L'impacte social del Pla és poc destacat, en general la població local no s'ha vist involucrada. Només ha participat en alguna actuació puntual per tal de conèixer la seva opinió, com l'Avantprojecte d'Ordenació del Passeig de la Ribera, en que les propostes dels set equips d'arquitectes seleccionats van ser debatudes i presentades als sitgetans.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

En relació als impactes turístics del Pla, els experts no acaben de posar-se d'acord, tal com ho demostra l'elevat nivell de dispersió de les respostes. Aquesta situació es deu al desconeixement de les actuacions, la poca visibilitat de les iniciatives (la major part són estudis i treballs) i la prematura avaluació (no havia finalitzat el Pla en el moment d'enquestació).

Malgrat tot, els experts estan d'acord que el Pla ha intensificat el paper de l'administració local en la gestió de l'espai turístic. En aquesta direcció, l'ajuntament s'ha compromès a executar les actuacions plantejades en les diferents diagnosis elaborades pel Pla, mantenint la mateixa quantia pressupostària dedicada al Pla un cop aquest hagi finalitzat i amb l'obtenció d'altres fonts de finançament procedents de la Generalitat, l'Estat o bé de la UE. Per altra banda, el Pla contempla una actuació específica dirigida a la millora de la gestió pública turística de la destinació, que es concreta amb l'estudi el Pla de Patrocini Municipal, iniciativa que pot suposar un font d'ingressos no convencional basada en la esponsorització dels atractius singulars per part d'empreses.

L'administració i el sector privat consideren que el Pla mereix tenir una valoració global positiva, principalment per ser una eina de reflexió sobre quina és la situació de Sitges, on vol arribar com a destinació i quin ha de ser el camí per aconseguir-ho. En canvi, la societat és bastant crítica amb el Pla, ja que poques actuacions fins al moment han tingut una aplicació directa pel ciutadà i el turista.

**Quadre 8.4 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Sitges. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidor de Turisme de Sitges i gerent del Pla d'Excel·lència Turística de Sitges.

**Sector empresarial turístic:** president de l'Associació d'Hostaleria de Sitges, director del Càmping Garrofer, president de l'associació El Club de Tast, director Hotel Estela i responsable d'Agisitges (empresa d'activitats culturals).

**Societat:** director del diari local l'Eco de Sitges, president de l'organisme Foment del Turisme de Sitges i president de la Federació de Comerciants de Sitges.

**Font:** Elaboració pròpia.

#### **1.4 El Vendrell**

El Vendrell, destinació amb una llarga tradició turística associada al bon clima i les seves conegudes aigües minero-medicinals, té actualment una clara vocació en turisme residencial vinculada a l'àrea metropolitana de Barcelona, com la resta del litoral del Baix Penedès. Aquesta localitat presenta segons els experts, bones infraestructures de comunicació i transport (factor clau per al desenvolupament turístic d'aquesta destinació), un paisatge urbà cuidat i poc congestionat (encara que és un aspecte sobre el qual existeix una certa controvèrsia), bon estat de les platges, oferta hotelera de qualitat i un acceptable ús turístic dels recursos culturals. Entre les debilitats, destaquen un mal estat de les infraestructures i serveis bàsics, en concret pel que fa a subministrament elèctric, el tractament d'aigües i el transport urbà. A més d'una imatge poc consolidada (sobretot pel que fa a nivell internacional), baix ús turístic del patrimoni natural, marcada estacionalitat, turisme amb un escàs nivell de despesa i poca formació dels treballadors, tot i que aquesta darrera debilitat no és apuntada per tots els experts.

Respecte al sector empresarial turístic, els experts estan d'acord que la destinació posseeix un elevat grau d'associacionisme, a través del Centre d'Iniciatives i Turisme de El Vendrell (on estan representats els hotels, càmpings, cases rurals, apartaments, bars, restaurants, cafeteries, empreses de menjars a domicili, comerços, discoteques i bars musicals), les Cuines de El Vendrell (entitat que va néixer amb el pla d'excel·lència i està integrada per cuiners, viticultors i bodeguers, agricultors de l'olivera i altres empresaris del món de l'hostaleria, amb l'objectiu d'impulsar la gastronomia i la cuina tradicional del municipi) i l'Associació de Comerciants de El Vendrell Platja (creada pel pla d'excel·lència amb la finalitat de dinamitzar el comerç en aquesta zona). També es posen d'acord en relació a que els empresaris han invertit en la millora dels seus equipaments i serveis, com succeeix amb la qualificació de la planta hotelera, culminant el procés amb l'obertura de dos hotels especialitzats en turisme de salut, un establiment de cinc estrelles, el Ra Beach Thalasso Spa (2003) i un altre de quatre, el Balneari Termaeuropa Coma-ruga (2006). En canvi, consideren que els empresaris s'han preocupat poc per la formació dels seus treballadors.



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Pel que fa a la gestió municipal dels darrers deu anys, els experts destaquen els importants esforços dirigits a rehabilitar el patrimoni històric i cultural, mitjançant la recuperació de la cascada de la Rambla, les imatges de la façana de l'església i el campanar, la millora de la Casa Museu Àngel Guimerà, el Museu de Deu, la Fundació Fenosa, la Casa Nadiu de Pau Casals i la Vila Pau Casals. Mentre que les principals crítiques giren entorn el creixement urbanístic desmesurat i la manca d'iniciatives de recuperació dels espais naturals, aquesta darrera apuntada per l'empresariat i la societat.

En relació al nivell de coneixement del Pla, els experts consideren que el sector empresarial turístic té constància de la seva existència i sap dels objectius plantejats. Al contrari del que succeeix amb la població local i el turista, malgrat que els enquestats creuen que s'han realitzat iniciatives en aquest sentit, com els plafons informatius, els fulletons del Pla, a nivell de televisió local i la pàgina web del patronat municipal de turisme. Per altra banda, el nivell de coneixement de les actuacions és força baix, tant per part de la població com sobretot del turista, ja que sovint associen els projectes del Pla al pressupost ordinari de l'ajuntament.

Els enquestats creuen que les actuacions desenvolupades pel Pla són utilitzades per la població, perquè bona part d'elles es localitzen en espais compartits entre residents i turistes. Es tracta d'accions en condicionament i millora de platges (dotació de dutxes, fonts i compra de cadires amfibies), dotació d'equipaments (modernització dels serveis de l'Auditori Pau Casals, senyalització informativa del municipi, il·luminació de l'ermita de Sant Salvador, de l'església de Coma-ruga i del Parc dels Enamorats i papereres per excrements de gossos), diversificació i enriquiment de l'oferta (adequació i manteniment dels camins, així com la seva senyalització i comunicació; creació de campanyes gastronòmiques com la de l'oli novell, les favetes, el moll i la garrofa; activitats esportives i ludoteca a les platges) i recuperació urbanística (millores en el passeig marítim i en la façana del patronat municipal de turisme). No obstant, existeix cert desacord entorn l'ús per part de la població de les actuacions de diversificació i enriquiment de l'oferta, ja que degut a la seva heterogeneïtat i en alguns casos enfocament turístic és normal que no totes s'utilitzin per igual. Tanmateix, el màrqueting i la comunicació és l'única acció que no és aprofitada per la població. En el cas del

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

turista, la major utilització de les actuacions es centra en el condicionament i millora de platges, la dotació d'equipaments i la diversificació i enriquiment de l'oferta, encara que els dos últims grups d'actuacions desperten bastant desacord entre els experts.

Pel que fa al nivell de satisfacció, els enquestats afirmen que tant la població com el turista tendeixen a valorar positivament les actuacions amb major ús (condicionament i millora de platges, diversificació i enriquiment de l'oferta, dotació d'equipaments i recuperació urbanística).

El sector privat ha estat representat en el Pla ha través del Centre d'Iniciatives i Turisme de El Vendrell, entitat que té com a objectius destacar la importància turística, comercial i industrial del municipi. Entre les principals funcions d'aquest organisme es troben proporcionar informació als visitants, contribuir a la conservació del paisatge i l'arquitectura local, promoure la instal·lació d'empreses de productes i serveis necessaris per la població i oferir assessorament i formació als associats. Els experts estan d'acord que el sector privat ha participat activament en el diagnòstic i proposta d'actuacions, gràcies a la creació de la figura de les Taules de Treball (Les Cuines de El Vendrell, Producte de Turisme Actiu, Producte Cultural, Comerç en la Zona de Platges, Medi Ambient, Planificació, Promoció i Comunicació) formades per líders d'opinió del municipi, membres de diferents grups polítics i empresaris del sector. Tanmateix, l'empresariat no ha participat econòmicament en actuacions complementàries al Pla.

En referència a l'impacte territorial generat pel Pla, els experts remarquen la falta d'estratègies d'incorporació i articulació entre diferents espais litorals (Cunit, Calafell, Roda de Barà, etc.). De fet, totes les estratègies plantejades en el Pla tenen com a àmbit d'acció el propi municipi.

Els impactes socials del Pla han estat mínims, segons els experts la població local no s'ha mostrat mai involucrada, tot i que es crearen els Plenaris, reunions periòdiques obertes a totes aquelles persones que volguessin assistir amb la finalitat d'aportar idees per a la millora de l'activitat turística. En realitat, si bé es van fer diverses campanyes de sensibilització, el Pla no ha servit perquè la població local compregui millor el fenomen turístic.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

En relació als impactes turístics, els experts estan d'acord que el Pla ha posat en valor els recursos culturals, sobretot a través del producte "El Món de Pau Casals", la dinamització de la gastronomia, així com la creació d'ofertes específiques vinculades al turisme actiu (rutes a peu i amb BTT i l'oferta d'activitats esportives a les platges). Un altre dels impactes positius ha estat la creació d'un nou organisme de gestió turística, la Promotora Turística, entitat públicoprivada que pretén representar a tots els subsectors turístics que operen al municipi i l'entorn més pròxim. Entre els seus objectius està marcar uns estàndards de qualitat comuns, que les empreses treballin tot l'any i intercanviar productes. Per aconseguir aquestes fites, l'entitat compta amb un local de reunions i un portal web ([vendrellturistic.com](http://vendrellturistic.com)), on el visitant disposa de les eines necessàries per organitzar unes vacances en base al turisme de sol i platja, de salut, actiu, cultural i gastronòmic. En aquest sentit, un dels principals mercats amb els quals està treballant són els col·legis professionals, oferint-los descomptes especials. No obstant, les funcions de la Promotora van més enllà de la comunicació i promoció, a través d'aquesta entitat es pretén transmetre una imatge de conjunt de les empreses del sector, potenciar la col·laboració entre el sector públic i privat, incidir en la qualitat de l'oferta, crear nous productes diferenciats, organitzar activitats de relleu i investigar sobre les noves tendències del mercat.

Per altra banda, els experts assenyalen com a impactes turístics negatius la manca de projectes dedicats a posar en valor els recursos naturals, com per exemple el poc aprofitament turístic que s'ha tret de la Reserva Marina Masia Blanca (creada contemporàniament amb el Pla); així com el fet que el Pla no hagi fomentat un desenvolupament sostenible de l'activitat, tot i que ha participat en els projectes Municipi Turístic Sostenible, el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED) i la implantació d'un sistema de gestió mediambiental (segons el reglament EMAS) en les platges de Coma-ruga, Sant Salvador i El Francàs, accions que posteriorment no s'han vist materialitzades per falta d'interès a nivell polític.

El sector empresarial turístic i la societat consideren que el Pla no ha aconseguit dinamitzar la destinació, però si que tots els experts es posen d'acord en que mereix una valoració global positiva, ja que ha estat una oportunitat per descobrir

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

les múltiples possibilitats que té El Vendrell com a espai turístic, a la vegada, que ha millorat la implicació de tots els sectors turístics de la destinació.

**Quadre 8.5 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de El Vendrell. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidor de Turisme de El Vendrell i gerent del Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell.

**Sector empresarial turístic:** directora de l'Hotel Rambles, conservadora de la Vil·la Casals-Museu Pau Casals, director del Centre de Golf El Vendrell, directora del Càmping El Vendrell Platja i president de l'associació Les Cuines de El Vendrell.

**Societat:** membre del Grup Ecologista El Vendrell (GEVEN), presidenta de l'Associació de Comerciants de El Vendrell Platja i director del Diari del Baix Penedès.

**Font:** Elaboració pròpia.

### 1.5 Salou

Salou, coneguda com la capital de la Costa Daurada, és un referent internacional en turisme de sol i platja al litoral mediterrani espanyol, ja que disposa d'una imatge consolidada, una important oferta hotelera de qualitat i un bon estat de les seves platges. Però al mateix temps, presenta algunes debilitats relacionades amb el turisme massiu, com la congestió, la manca de formació dels treballadors i un baix ús turístic del patrimoni natural (l'única àrea d'interès, el Cap Salou, ha quedat en bona part transformada per la urbanització), tal com apunten els experts.

Els enquestats creuen que no existeix un bon nivell de consens dins el sector privat, únicament s'observa complicitat en el subsector hotelier, que es troba representat a través de l'Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda. Malgrat tot, consideren que l'empresariat turístic s'ha posat d'acord en dedicar una part de la inversió a millorar la infraestructura i serveis turístics, com per exemple l'hoteleria, que des de mitjans dels noranta es troba immersa en una etapa de renovació, impulsada per l'efecte del complex Port Aventura i el seu pla d'expansió.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Respecte a la gestió municipal dels darrers deu anys, els experts estan d'acord en l'esforç dedicat a la millora dels equipaments urbans. En aquest context, s'ha completat la remodelació de la façana marítima, a través d'actuacions en el sector C/ Colon (1998-2000), adequació de la zona junt a l'espigó a LLevant del Port de Salou (2002-2003), zona de la Fira i Hotel la Terraza (2002-2003) i la construcció del nou passeig a la Platja Llarga (2004), aquest últim projecte finançat per la Caixa en la seva totalitat. A més de la creació de parcs i espais públics per a l'esbarjo (zona verda entre el C/ Barbastre i C/ Logronyo, C/ del Baró de Tournelle, C/ de Louis Braille, passeig de la Segregació, plaça nova del Carrilet, entre les més significatives) i la inauguració del Teatre Auditori de Salou (2003). En canvi, els enquestats, tot i presentar discrepàncies d'opinions, consideren que es mantenen les pautes de creixement urbanístiques heretades del passat, que l'administració local no ha dedicat gaire atenció a la incorporació de nous productes turístics basats en els recursos patrimonials, i en general ha vetllat poc per la introducció de criteris de sostenibilitat, tant a nivell social, econòmic com mediambiental.

En relació al nivell de coneixement del Pla, els experts coincideixen en opinar que la majoria de la població i el turistes ignoren aquesta iniciativa, a diferència del sector empresarial turístic, que de totes maneres, desconeix els objectius plantejats pel Pla. Aquesta situació es deu al poc impacte de la tasca de divulgació, segons bona part dels membres del sector privat i de la societat, més que a la manca d'accions (publicació de notícies a la premsa local, l'edició de fulletons i col·locació de panells informatius). El mateix succeeix amb el grau de coneixement de les actuacions desenvolupades, tant la població com el turista no han sabut diferenciar els projectes ordinaris de l'administració local amb els creats específicament pel Pla.

D'acord amb els experts, les actuacions més utilitzades per part de la població són les relacionades amb el condicionament i millora de platges (serveis i instal·lacions a la Platja de Ponent, plataformes aquàtiques i accés a la Platja dels Capellans), tot i que alguns dels experts no consideren prou significatiu el seu aprofitament. Per altra banda, segons l'empresariat i la societat, les menys utilitzades pels residents corresponen lògicament al màrqueting i comunicació

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

(fulletó d'informació del Pla, fulletó turístic d'un "Passeig per Salou" i diverses campanyes de sensibilització dirigides als habitants de Salou i als professionals del turisme del municipi).

En general, el turista realitza un major ús de les actuacions desenvolupades pel Pla, tal com succeeix amb el condicionament i millora de platges, la dotació d'equipaments (remodelació de la seu del patronat de turisme al Xalet Torremar, senyalització turística, il·luminació de la Plaça d'Europa i construcció i equipament d'una oficina de turisme en aquest espai) i la recuperació urbanística (rehabilitació de la Font Lluminosa), encara que els experts no acaben d'arribar al consens pel que fa a l'últim aspecte.

Si es tracta del nivell de satisfacció, les iniciatives de condicionament i millora de platges, dotació d'equipaments i recuperació urbanística són les més valorades per la població. Pel que fa als turistes, es mostren satisfets en general amb totes les accions realitzades pel Pla. Un cas particular és el que es refereix a les actuacions de formació (curs d'anglès dirigit a la policia municipal i una campanya de sensibilització dels taxistes), que poden ocasionar un cert grau de satisfacció als turistes, però que per la seva naturalesa, puntual i voluntària, no han beneficiat a la població, tot i així, no es deslliuren de generar desacord entre els experts.

El sector privat ha estat representat en el Pla a través de l'Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda (entitat professional que aglutina el 95,5% dels hotels) i l'Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada (organització professional integrada per les empreses dedicades a l'activitat d'explotació de més de 6.000 apartaments turístics distribuïts per tota la Costa Daurada), malgrat això, els experts consideren que ha mancat la presència de subsectors com la restauració o bé el comerç. El sector privat no ha participat en el diagnòstic i proposta d'actuacions ni ha contribuït econòmicament amb accions complementàries, segons alguns dels enquestats, per ser un Pla massa mediatitzat per l'administració local. Tanmateix, existeixen importants discrepàncies en relació a la intervenció de l'empresariat en el Pla.

Els impactes territorials del Pla han estat moderats, els experts creuen amb prudència que les actuacions s'han repartit per tot el municipi, que ha fomentat

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

l'articulació amb altres espais litorals propers, que ha comportat millores en l'estructura urbano-turística i que per tant, el Pla ha contribuït a valoritzar el territori.

Els impactes socials del Pla han estat mínims. Segons els enquestats, no ha comportat una millora en la sensibilització de la població local respecte al fenomen turístic, tot i la realització de campanyes com la "Fem que tornin!": *L'any passat dos milions de maletes van conèixer la nostra ciutat. Més de la meitat d'elles ja ens coneixen. I això no és fruit de la casualitat, sinó que respon a l'esforç i a la il·lusió de tots. Cadascun de nosaltres s'ha convertit en el millor ambaixador, en el millor amfitrió, en el millor promotor de la nostra ciutat per a milions de persones. Amb el seu benestar aconseguim el nostre benestar, amb la seva satisfacció fem créixer la nostra ciutat*".) i tampoc s'ha sabut involucrar els residents en el desenvolupament dels projectes.

Pel que fa als impactes turístics, aquests també han estat moderats. Els experts creuen que el Pla ha fomentat lleugerament l'increment de la qualitat dels establiments i dels serveis turístics públics, que ha potenciat els productes preexistents i ha posat en valor els recursos naturals i culturals (ruta turística, "Un passeig per Salou"). En canvi, consideren que no ha potenciat la creació d'ofertes específiques, ni la formació de noves associacions empresarials turístiques (amb cert desacord entre els experts), tot i que el Pla ha contemplat accions en aquestes dues línies:

- Projecte Destinació Familiar: club infantil de platja i col·laboració amb els empresaris dels municipi en l'adquisició d'alguns elements obligatoris que han de tenir les destinacions per accedir a aquesta marca (polseres identificatives, pitets infantils i edició d'una guia de seguretat).
- Projecte Estació Nàutica: disseny de la base nàutica, iniciativa que a la vegada va acompanyada de la creació d'una associació públic-privada dedicada a la promoció i dinamització d'activitats nàutiques, allotjament, comerç i activitats complementàries relacionades amb el turisme.

Aquesta situació es deu a que ambdós projectes han presentat importants crítiques per part dels enquestats, en el sentit que l'actuació Destinació Familiar

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

s'ha utilitzat més com a una imatge de promoció per tal d'acollir aquest segment de mercat, que com un veritable instrument de transformació de la destinació, i en el cas de l'Estació Nàutica, és una iniciativa que requereix d'un important treball de tematització de l'espai turístic, inexistent fins al moment, amb la qual cosa, ha estat un projecte que ha passat desapercbut per una part de l'empresariat i la majoria de la població.

A més, el Pla no ha fomentat el desenvolupament sostenible de l'activitat. La creació de noves activitats complementàries al sol i platja, com la ruta urbana "Un passeig per Salou" i l'Estació Nàutica, aquesta darrera amb una clara voluntat de desestacionalitzar l'activitat, són considerades insuficients per alguns experts, els quals opinen que la diversificació i singularització de l'oferta passa per donar a conèixer el rerapaís. Des del punt de vista de la sostenibilitat mediambiental, el Pla tampoc ha inclòs cap actuació en aquest àmbit.

Segons els enquestats, el Pla no ha aconseguit dinamitzar la destinació, ja que bona part del pressupost s'ha dedicat a millores urbanístiques, en lloc d'augmentar els serveis i crear nous productes. De totes maneres, per la seva tasca de conscienciació dels agents turístics sobre la necessitat de millorar la destinació, els experts estan d'acord que el Pla mereix una valoració global positiva.

**Quadre 8.6 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Salou. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidor de Turisme de Salou i gerent del Patronat de Turisme de Salou.

**Sector empresarial turístic:** gerent de l'Estació Nàutica Salou –Cambrils- Mont-roig/Miami Platja, president de l'Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda, president de l'Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada, director Viatges Ultramar Express i propietari del Restaurant Casa Font.

**Societat:** responsable del Centre d'Estudis Salouencs, president de l'Associació de Comerciants de Salou i directora de la revista El Faro de Salou.

**Font:** Elaboració pròpia.



## **1.6 Cambrils**

Cambrils és una important destinació de sol i platja, que ha crescut en bona part gràcies a la influència de Salou, però al mateix temps ha aconseguit diferenciar-se en base a certs productes, com la gastronomia de qualitat, l'oferta comercial i un major patrimoni cultural. Actualment és un dels espais turístics del litoral català més potents pel que fa a les segones residències i als apartaments, que combinat amb hotels de mitjana o petita capacitat i una important oferta campista, fa que el perfil predominat es correspongui amb un turisme residencial i familiar.

Segons els experts, les principals fortaleses de Cambrils corresponen a un bon estat de les platges, oferta hotelera de qualitat, imatge consolidada i una bona promoció de la destinació. Mentre que les debilitats més destacades s'associen a uns accessos inadequats i un mal estat de les infraestructures de comunicació i transport. En relació a aquest aspecte es troba l'efecte barrera de la via ferroviària, que divideix el municipi en dues parts de difícil connexió, i la saturació de la N-340, sobretot tenint en compte que és la carretera que actua com a distribuïdora cap a les platges, amb el desdoblament l'any 2008 de la N-340 (A-7) s'espera que es resolgui bona part del problema. A més, apareixen alguns dels problemes propis dels espais turístics tradicionals del litoral, la congestió en la destinació, la marcada estacionalitat turística i el reduït ús turístic de patrimoni natural (encara que els enquestats mostren desacord entorn aquest aspecte).

El grau d'associacionisme empresarial turístic en la destinació és elevat, Cambrils compta amb l'Associació d'Hotels Familiars, l'Agrupació de Càmpings, l'Associació Apartaments, l'Associació de Restauradors i l'Associació d'Agències Receptives i la Federació d'Empresaris de Cambrils, aquesta última associació no sempre contemplada com participant en el producte turístic. En aquest sentit, l'existència d'una xarxa associativa forta i representativa dels diversos subsectors ha afavorit un context favorable per al consens. Per altra banda, d'acord amb els experts, durant els darrers anys les empreses turístiques han realitzat millores en els equipaments i serveis, tal com ha succeït amb el procés de qualificació de la planta hotelera, iniciat a mitjans dels noranta. Tanmateix, segons els enquestats, queda bastant per fer en la línia de creació de productes i serveis diferenciats i amb identitat.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

En relació a la gestió municipal, els enquestats denoten l'esforç dedicat a la millora dels serveis urbans i a la implantació de mecanismes de gestió ambiental. Durant els últims deu anys, s'han resolt les deficiències d'enllumenat en diverses zones de la població, en especial l'Avinguda de la Diputació, s'ha construït un dipòsit d'aigua per abastir les urbanitzacions de Ponent i s'ha construït la deixalleria de reciclatge i una depuradora d'aigües residuals, entre els projectes més rellevants. Des de la vessant mediambiental, s'ha redactat l'Agenda Local 21 (procés que començà al 2001 amb l'adhesió a la Carta d'Aalborg i acaba al 2004 amb l'aprovació per unanimitat del Pla d'Acció Local Cap a la Sostenibilitat) i s'ha participat en el projecte Municipi Turístic Sostenible.

Respecte al nivell de coneixement del Pla, els experts presenten acord unànimement en afirmar que la majoria de la població i el turista ignoren l'existència d'aquesta iniciativa en la destinació, tret del sector empresarial turístic. Aquesta situació és comprensible ja que no es van realitzar gaires actuacions de divulgació, únicament s'edità una revista, "Cambrils Excel·lència Turística", on es presentaren les diferents actuacions desenvolupades i es col·locaren els panells informatius obligatoris. El mateix ocorre amb el grau de coneixement de les actuacions, que tant per part de la població com del turista és nul. Segons els enquestats, la majoria de la població pensa que les actuacions implantades pel Pla han estat finançades amb el pressupost ordinari de l'ajuntament.

Les actuacions amb major grau d'utilització per la població i el turista es centren en el condicionament i millora de platges (adquisició torres de vigilància, mòdul per edifici central salvament, mòduls de socorrisme, papereres, plataformes nàutiques lúdiques, senyalització, dutxes, passarel·les de fusta d'accés, rampes d'accés al mar per embarcacions, motos aquàtiques per a la Creu Roja i la Policia Local, bicicletes per vigilància, quad per a transport de motos, creació de zones verdes a les platges, punts d'oci infantil i zona esportiva de platges) i en la dotació d'equipaments (adquisició de fonts per al passeig marítim, contenidors pel sector allotjament, panells d'informació turística i millora de la senyalització del tren turístic). Tot i que sorgeix cert desacord entre els experts per avaluar l'ús per part del turista de l'actuació en dotació d'equipaments, donada la seva poca incidència. En canvi, les menys aprofitades pel residents i visitants han estat en diversificació i enriquiment de l'oferta (remodelació del Museu del Molí de les

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Tres Eres i adequació museogràfica de la Vil·la Romana de la Llosa) i en medi ambient (ja que la regeneració del barranc de la Verge del Camí és tracta d'un projecte).

Les actuacions més ben valorades tant per la població com el turista, corresponen a aquelles que han presentat un major ús (condicionament i millora de platges i dotació d'equipaments), mentre que la resta d'iniciatives es valoren moderadament positives.

El sector privat ha estat representat en el Pla a través de l'Associació d'Hotels Familiars (integrada per tots els establiments que formen part d'aquesta categoria) i l'Agrupació de Càmpings de Cambrils (agrupa el 80% dels establiments del municipi), associacions empresarials turístiques que, segons els experts, han participat activament en el diagnòstic i proposta d'actuacions, però no econòmicament en iniciatives complementàries.

Els principals impactes territorials positius del Pla han estat referits al tractament espacialment integral de les actuacions i el fet que ha comportat millores en l'estructura urbano-turística (tot el programa d'actuacions en la zona de platges, la construcció d'un carril bici en l'àrea de l'Ajuntament i la recuperació d'alguns elements del patrimoni històric i natural). Ara bé, el Pla no ha contemplat iniciatives conjuntes amb altres espais litorals propers, com Salou o Mont-roig. Tanmateix, alguns membres del sector privat i de la societat consideren que el Pla realment ha fomentat estratègies en aquesta línia, probablement perquè el procés de creació de l'Estació Nàutica Salou-Cambrils-La Pineda coincideix amb el període d'execució del Pla.

L'impacte social ha estat poc significatiu, ja que els experts estan mitjanament d'acord en que el Pla ha contribuït a sensibilitzar la població local respecte al fenomen turístic i molt d'acord en que la població local no s'han vist involucrada en la seva implantació (el residents únicament podien aportar suggeriments de manera indirecta, mitjançant un cupó que facilitava la pròpia revista del Pla).

El principal impacte turístic positiu aportat pel Pla correspon a la millora de la qualitat dels serveis públics, gràcies a actuacions com l'adequació de l'oficina central d'informació turística i sobretot al programa de millora de la vigilància i

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

equipament de les platges. En canvi, segons els enquestats, el Pla no ha dedicat cap actuació a la qualificació dels establiments turístics, ni ha promogut la creació de nous organismes de gestió turística. A més a més, l'administració i la societat consideren que el Pla tampoc ha impulsat un desenvolupament sostenible de l'activitat, malgrat la redacció de l'auditoria ambiental de l'Agenda Local 21 i les actuacions de dinamització del producte turístic, en base els recursos patrimonials i naturals.

D'acord amb els experts, tot i que no s'ha aconseguit augmentar la cooperació entre el sector públic i privat, per manca d'un sistema eficient de comunicació entre les parts, el Pla mereix una valoració global positiva. En aquest sentit, els diferents agents turístics han pres consciència sobre la necessitat de millorar la destinació.

**Quadre 8.7 Grup d'experts participants en l'anàlisi Delphi de Cambrils. Període d'anàlisi febrer-juny 2005**

**Administració pública turística:** regidora de Turisme de Cambrils i gerent del Patronat de Turisme de Cambrils.

**Sector empresarial turístic:** president de l'Associació d'Hotels Familiars, president de l'Agrupació de Càmpings, president de l'Associació d'Apartaments, president de l'Associació de Restauradors i president de l'Associació d'Empresaris de Cambrils.

**Societat:** director de la Revista de Cambrils, membre del Grup d'Estudi i Protecció dels Ecosistemes del Camp (GEPEC) i president de la Unió de Botiguers de Cambrils.

Font: Elaboració pròpia.

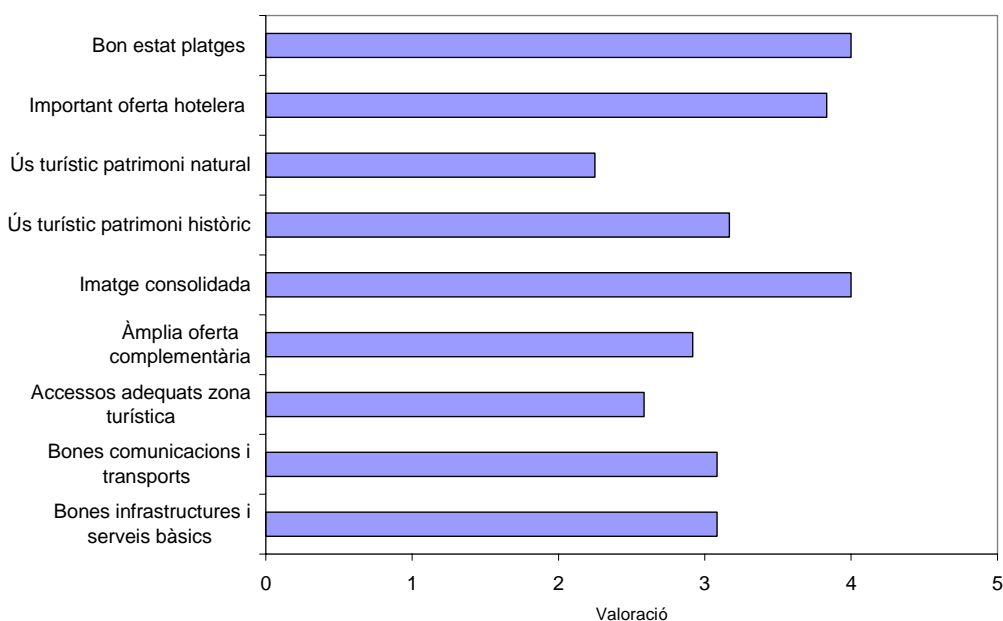
## 2. Impacte dels plans sobre la dinàmica de les destinacions

El mètode Delphi s'ha aplicat en l'anàlisi individualitzada per cadascun dels plans d'excel·lència turística del litoral català, tant per comprovar el comportament de les pròpies destinacions com de les iniciatives desenvolupades pels plans. Aquest procediment dona també l'oportunitat de poder realitzar una avaluació conjunta, on es destaquen aquells punts en comú que acaben definint l'impacte global dels plans i les característiques que comparteixen els municipis on s'han implantat.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

Les destinacions del litoral català que han desenvolupat un pla d'excel·lència tenen com a punts forts: una imatge consolidada (són destinacions reconegudes i amb llarga tradició), una important oferta hotelera i de qualitat (aquests sis municipis concentren un 41,81% del total de les places hoteleres del litoral català i el 35,78% de quatre i cinc estrelles, dades 2004), a més d'un bon estat de les platges (els sis nuclis disposen d'alguna platja guardonada amb bandera blava com a reconeixement a la seva neteja, seguretat i gestió ambiental). Tanmateix, en el cas de El Vendrell, els experts consideren que no té una imatge prou coneguda pel que fa al mercat exterior i li manca més promoció. Per altra banda, les principals debilitats es relacionen amb uns accessos inadequats a les zones turístiques, marcada estacionalitat i un baix ús turístic del patrimoni natural, defectes propis de l'herència d'un model de sol i platja massiu (veure figura 8.1 i 8.2).

**Figura 8.1 Percepció de les principals forteses de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística**



**Font: Elaboració pròpia.**

Respecte a l'accessibilitat, si bé els espais turístics sovint disposen d'un bon estat de les infraestructures de comunicació i transport, encara persisteixen els problemes associats a la congestió de les vies durant el mesos de major afluència turística, el deficient disseny de la xarxa i la manca d'aparcaments,

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

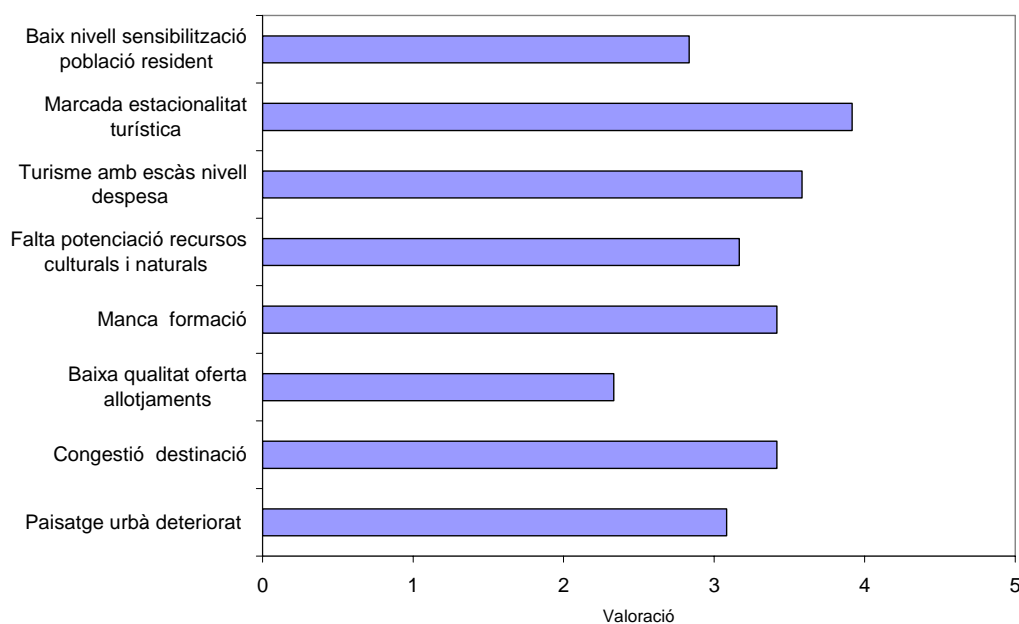
dificultant de forma important l'accés i la mobilitat interna a l'espai turístic. Segons els experts, aquestes problemàtiques són especialment rellevants en les destinacions de Lloret, Calella i Cambrils.

L'efecte de l'estacionalitat és palès en totes les destinacions de forma marcada, circumstància explicable pel tipus de producte ofert, fonamentalment turisme de sol i platja, íntimament lligat a les condicions climàtiques. Aquest fet ocasiona que durant els mesos d'estiu es produeixi una saturació de les infraestructures per l'excés d'utilització, pèrdua de la qualitat i degradació mediambiental, mentre que l'escassa utilització durant la resta de l'any dificulta la rendibilitat de les inversions i crea inestabilitat en l'ocupació. Tan sols Sitges minimitza aquesta debilitat, sobretot per haver fomentat modalitats de turisme no estacionals, com el turisme cultural i el de congressos.

El patrimoni natural no ha acabat d'assolir mai una valorització turística destacada, perquè el recurs sol i la platja s'ha manifestat tradicionalment com un atractiu més que suficient per a l'èxit d'aquestes destinacions. De fet, al no considerar-se durant el primer boom turístic com un actiu, es van malmetre molts indrets d'alt valor en favor de la urbanització. No obstant, amb l'increment de la sensibilitat del turista pel medi ambient i davant la necessitat de diversificar i singularitzar l'oferta clàssica, progressivament alguns d'aquests municipis estan incorporant estratègies per a recuperar i posar en valor espais d'interès ecològic i paisatgístic, de moment amb poca incidència.

**Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català**

**Figura 8.2 Percepció de les principals debilitats de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística**



**Font: Elaboració pròpia.**

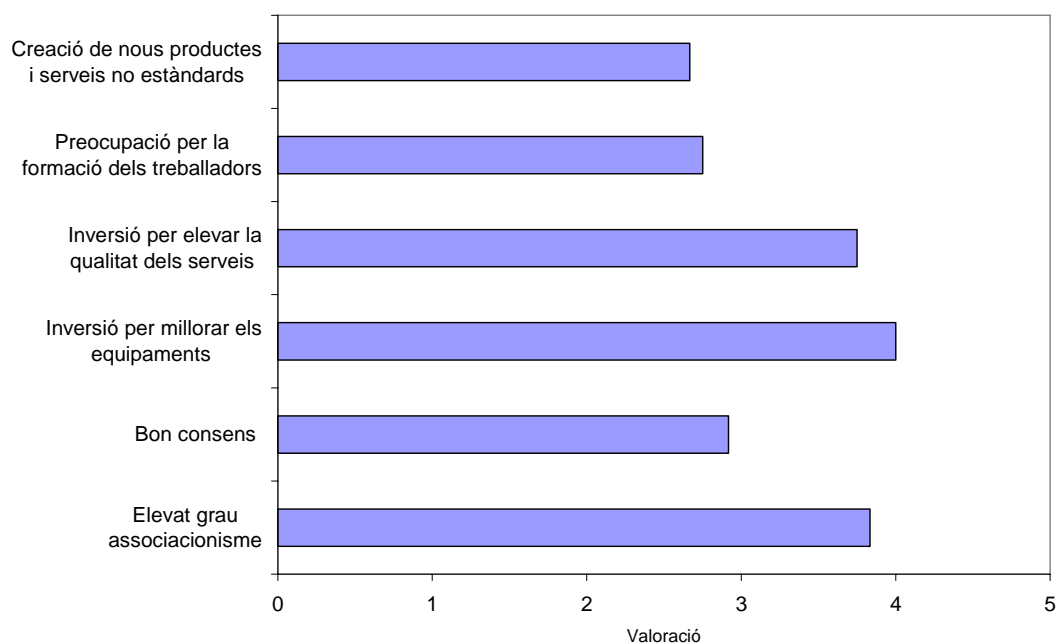
En relació al sector empresarial turístic (veure figura 8.3), destaca l'important teixit associatiu existent en les sis destinacions, representat a través dels gremis i associacions dels diferents subsectors que conformen l'oferta turística (hotels, càmpings, apartaments, bars i restaurants, discoteques). De totes maneres, aquest moviment no assegura una bona cohesió entre les diferents associacions, tal com succeeix a Lloret, Calella i Salou, on no existeix la suficient consciència de formar part d'un projecte comú.

Durant els darrers deu anys, l'empresariat turístic ha dedicat una part de la seva inversió a la millora de les infraestructures i l'augment de la qualitat dels serveis, procés que es dona de manera especialment intensa en la planta hotelera. La majoria d'iniciatives tenen com a finalitat el tancament d'establiments petits i obsolets, la reclassificació d'hotels i l'obertura de nous d'alt valor afegit (quatre i cinc estrelles). En el període 1994-2004 la taxa de creixement acumulada d'hotels d'alta categoria va assolir un 19,47%, xifra que contrasta amb un pobre 4,39% de la resta del litoral, valor que no tan sols dona idea de l'aposta per la qualitat d'aquests municipis, sinó que també és testimoni de la potència turística d'aquestes destinacions. En canvi, s'ha preocupat poc per la professionalització

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

dels seus treballadors, que segons els experts es deu a l'estacionalitat turística i l'elevada rotació laboral que pateix aquesta activitat. Però Sitges és una excepció, ja que la tasca de formació està més desenvolupada gràcies a la menor afectació del fenomen de l'estacionalitat i a que els serveis que s'ofereixen, sobretot els vinculats amb el turisme de congressos, requereixen d'una preparació més especialitzada (traductors, guies turístics, hostesses, etc.). Tampoc les empreses turístiques han fet èmfasi en la creació de nous productes i serveis singulars, tot i que les destinacions de El Vendrell, Salou i Cambrils han iniciat alguns projectes en aquesta línia, com l'obertura de dos hotels especialitzats en turisme de salut (El Vendrell), l'existència d'empreses com Port Aventura (Salou), l'oferta d'activitats nàutiques amb l'Estació Nàutica (Salou i Cambrils), o bé la millora d'allotjaments, restaurants, comerços, etc. per oferir un servei específic per a les famílies (Salou i Cambrils).

**Figura 8.3 Valoració del sector empresarial turístic de les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística**



**Font: Elaboració pròpia.**

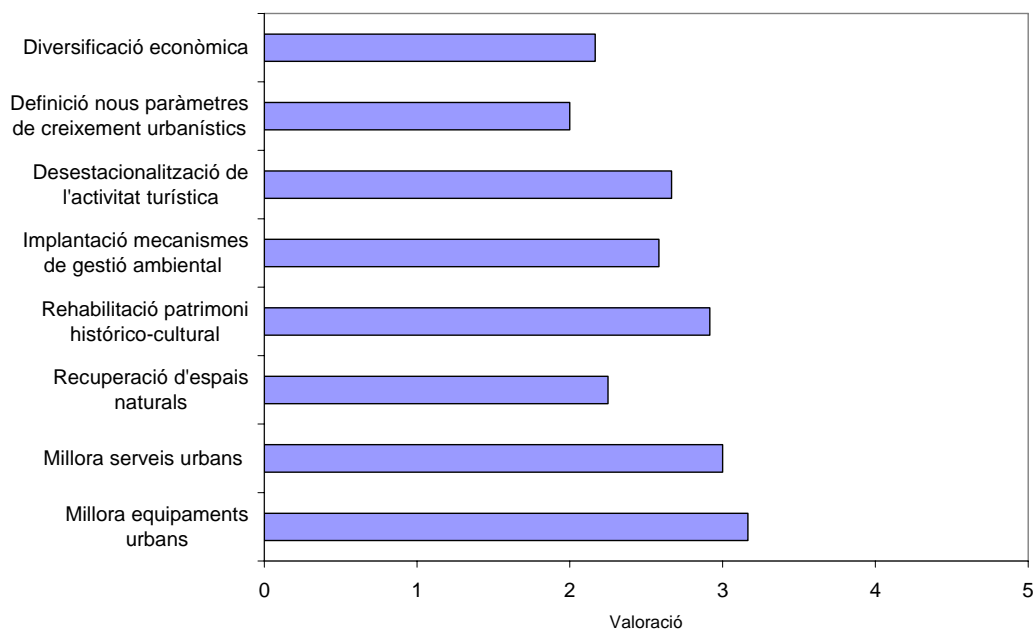
La gestió municipal d'aquests municipis durant l'última dècada (veure figura 8.4), s'ha caracteritzat per la poca atenció dedicada a la recuperació d'espais naturals i a la implantació de mecanismes de gestió mediambiental. Fins fa poc, la protecció dels espais naturals ha estat una estratègia voluntària, marcada pel planejament urbanístic municipal de caràcter clarament expansionista en les



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

zones litorals. En aquest context, les destinacions turístiques han patit problemes greus de degradació, que recentment intenten corregir a través de la revisió dels propis plans generals d'ordenació urbana (procés endegat des del 2000) i amb l'aprovació de directrius de caràcter normatiu, com el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (2005). Pel que fa al desenvolupament d'iniciatives mediambientals, si bé s'han iniciat alguns projectes en aquest àmbit (Agendes Locals 21, Municipi Turístic Sostenible i diverses ecoetiquetes), de moment han tingut un èxit poc destacat, probablement per la manca de convicció de l'administració local. En conseqüència, el desenvolupament turístic d'aquests municipis s'ha realitzat en base a criteris poc sostenibles: creixement urbanístic desmesurat i amb dificultats per a replantejar el model (tot i l'aprovació de noves figures de planejament), manca de polítiques de conservació i rehabilitació del patrimoni (natural i cultural), i per tant, limitacions a l'hora d'integrar els recursos amb identitat, fonaments que contribueixin a complementar el model de sol i platja i al mateix temps desestacionalitzar l'activitat. En definitiva, es tracta de poblacions amb una clara especialització turística en sol i platja, que les fa excessivament dependents d'aquest sector.

**Figura 8.4 Valoració del paper de l'administració local sobre les destinacions litorals catalanes amb pla d'excel·lència turística durant els darrers deu anys**



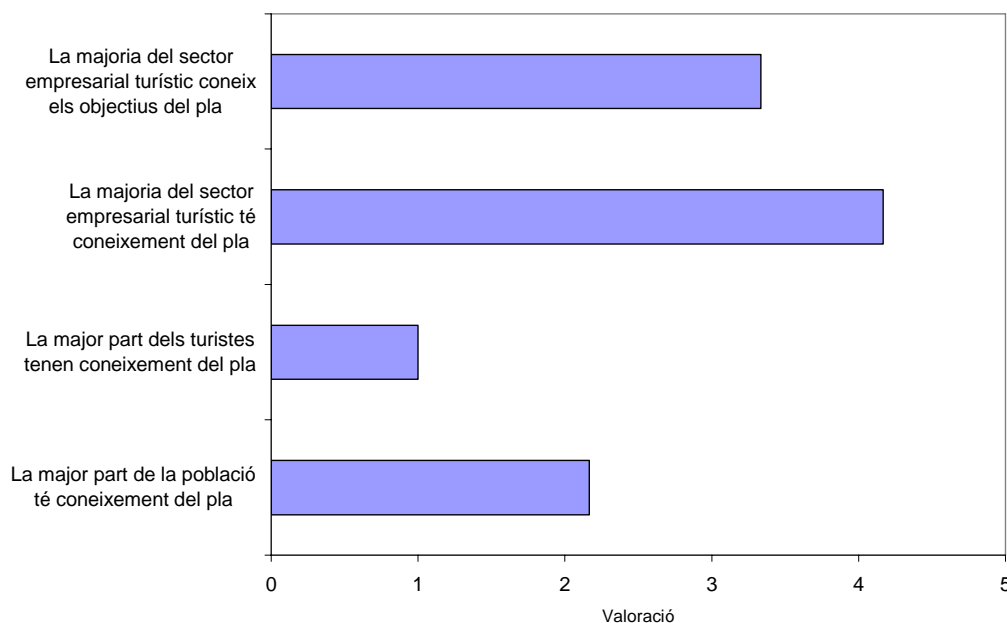
**Font: Elaboració pròpia.**

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

Per altra banda, malgrat haver realitzat diverses accions de comunicació i divulgació (panells informatius situats en els accessos de la destinació, premsa i ràdio local, edició de fulletons i revistes del Pla i la creació d'un link en la pròpia pàgina web dels patronats municipals de turisme), els plans d'excel·lència turística han estat un projecte poc conegut per bona part de la població i sobretot pel turista. En canvi, la majoria del sector empresarial turístic té constància de la seva implantació, ja que en tots els plans analitzats és part firmant del conveni de col·laboració entre l'administració central, autonòmica i local (veure figura 8.5).

El nivell de coneixement de les actuacions desenvolupades pels plans (veure figura 8.6), tant per part de la població com especialment el turista, és molt baix. Únicament la població local identifica de forma puntual aquelles iniciatives que han tingut una manifestació més visible o bé han generat certa polèmica. De totes maneres, és qüestionable que els residents fossin conscients d'on procedia el seu finançament.

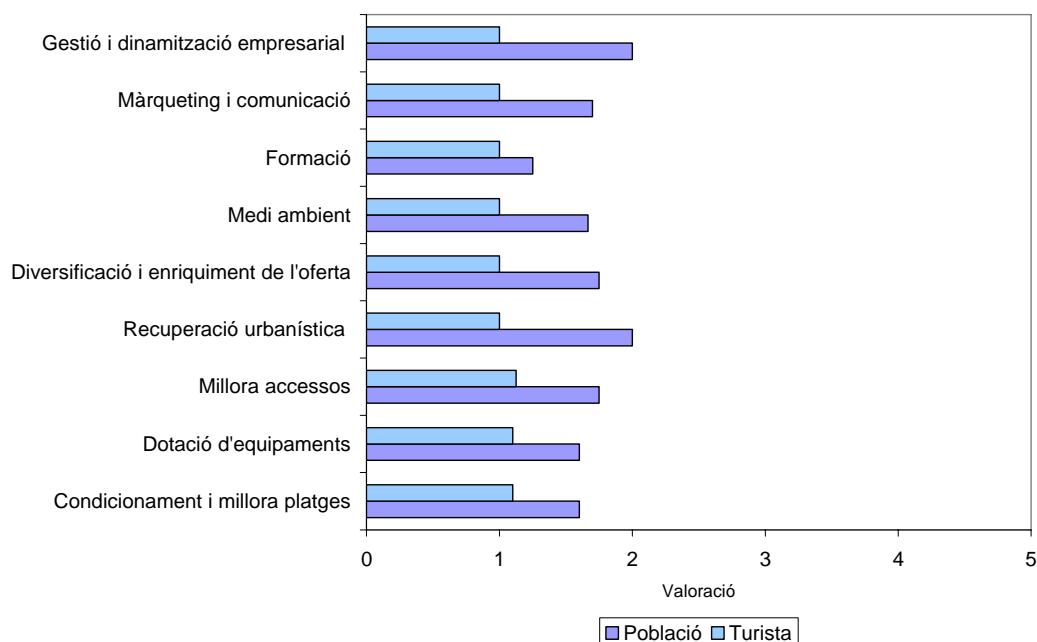
**Figura 8.5 Percepció del nivell de coneixement del plans d'excel·lència turística del litoral català**



**Font: Elaboració pròpia.**

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.6 Percepció del nivell de coneixement de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista**

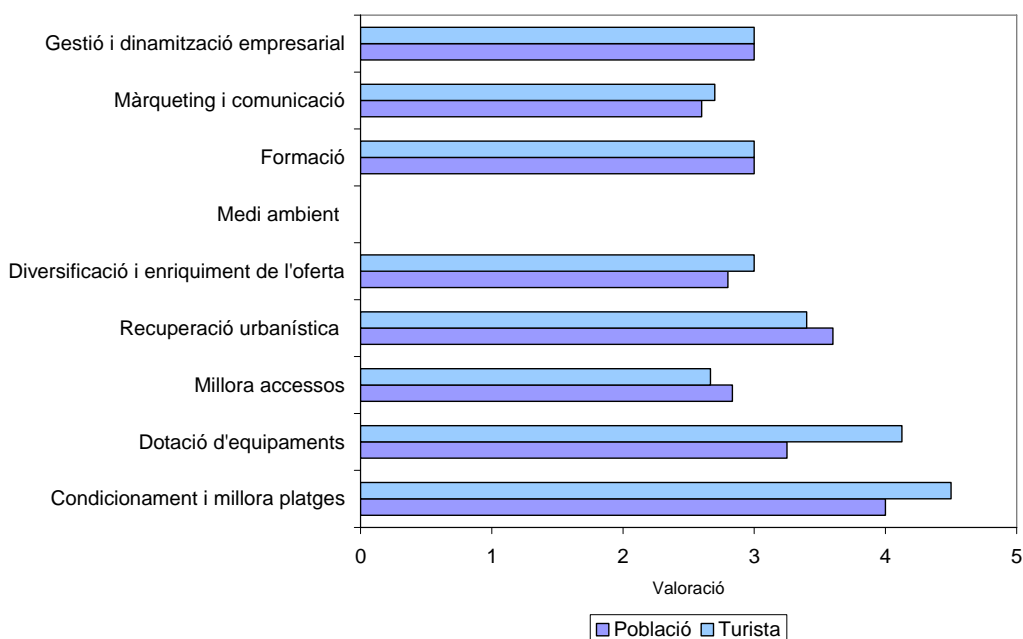


**Font: Elaboració pròpia.**

Les actuacions més utilitzades per la població estan relacionades amb el condicionament i millora de platges (fonts, papereres, dutxes, plataformes aquàtiques, torres de vigilància, passarel·les de fusta, etc.), element definidor del producte turístic d'aquestes destinacions, i les associades a la recuperació urbanística (demolició d'hotels obsolets i posterior urbanització de places, remodelació de carrers, creació de zones vianants, millora de la façana marítima, rehabilitació d'elements arquitectònics, etc.). Respecte al turista, les iniciatives amb més èxit corresponen al condicionament i millora de platges i a la dotació d'equipaments (mobiliari urbà, senyalització, il·luminació, creació d'oficines d'informació turística, etc.). En canvi, les actuacions amb un menor ús per part de la població i el turista estan vinculades al màrqueting i la comunicació (material presentació del Pla, implantació de qüestionaris de control de l'oferta, estudi del perfil del turista, guia de l'oci, web professional, elaboració de material promocional, elaboració de pàgines web turístiques, disseny de plans de màrqueting i comunicació, organització d'esdeveniments i assistència a fires), però sobretot les destinades al medi ambient (redacció de l'auditoria d'Agendes Locals 21 i un estudi per condicionar una riera a Cambrils), circumstància que s'explica per la naturalesa intangible d'algunes accions (veure figura 8.7).

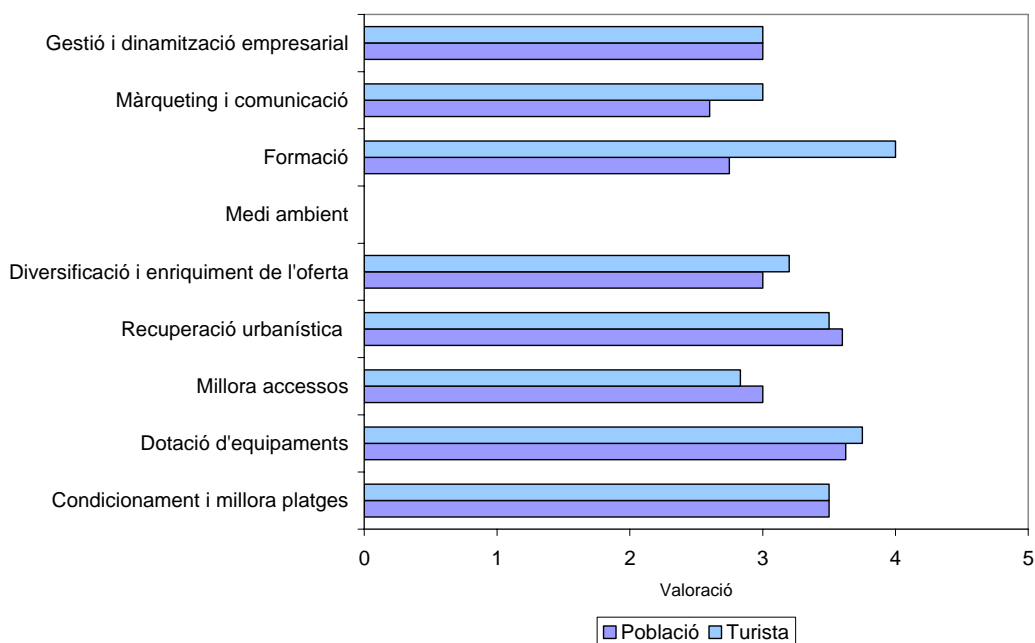
*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.7 Valoració del nivell d'utilització de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista**



Font: Elaboració pròpia.

**Figura 8.8 Valoració del nivell de satisfacció de les actuacions dels plans d'excel·lència turística del litoral català per part de la població i del turista**



Font: Elaboració pròpia.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

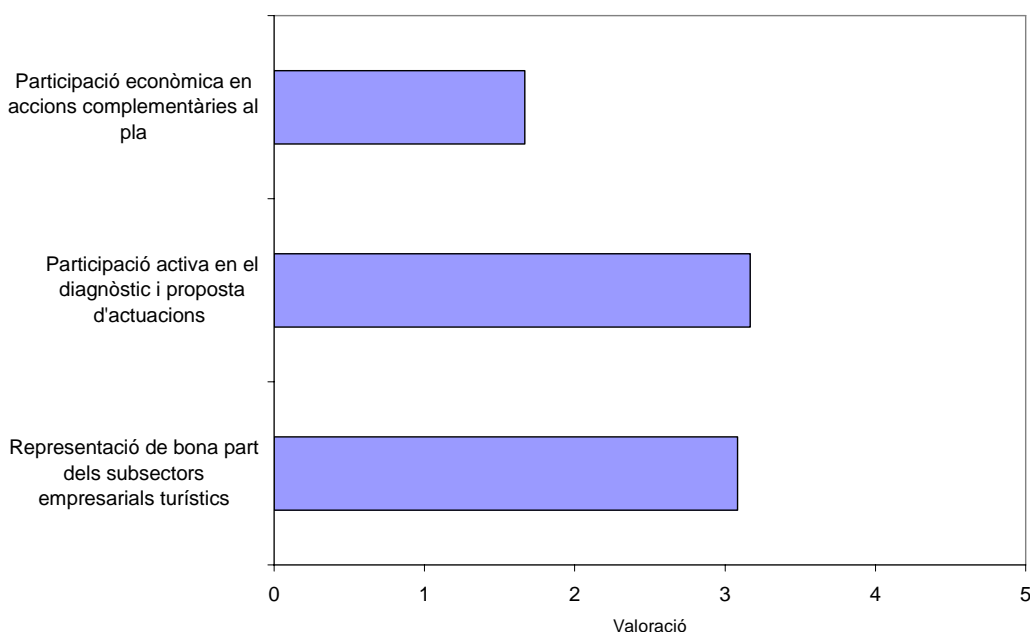
La valoració global de les actuacions ha estat positiva (veure figura 8.8), tant per part de la població com pel turista, sobretot les referides al condicionament i millora de platges, la dotació d'equipaments i la recuperació urbanística. A més, el turistes estan satisfets amb les iniciatives de formació (encara que únicament El Vendrell i Salou hagin realitzat accions específiques en aquest sentit).

En relació al paper del sector privat en el desenvolupament del Pla, la majoria dels experts estan bastant d'acord en que els diferents subsectors empresarials turístics hi han estat representats, sobretot mitjançant gremis i associacions turístiques existents en les destinacions, com el Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar (Lloret de Mar); el Gremi d'Hostaleria de Calella i l'Alt Maresme (Calella de Mar); el Gremi d'Hostaleria de Sitges (Sitges); el Centre d'Iniciatives i Turisme de El Vendrell (El Vendrell); l'Associació Hotelera de Salou-Cambrils-La Pineda i l'Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada (Salou); l'Associació d'Hotels Familiars de Cambrils i l'Agrupació de Càmpings (Cambrils). No obstant, en els casos de Lloret de Mar i Salou, els enquestats consideren que té un excessiu protagonisme el subsector allotjament respecte d'altres com la restauració, les agències de viatge o bé activitats indirectament relacionades com el comerç.

La participació de l'empresariat en el diagnòstic i proposta d'actuacions del Pla ha estat moderada (veure figura 8.9), ja que l'administració local ha adquirit un paper de lideratge gairebé absolut en la meitat de les destinacions (Lloret, Salou i Calella). Per altra banda, tampoc l'empresariat turístic ha col·laborat econòmicament en actuacions complementàries al Pla, fenomen explicable pel model de gestió turística predominant, els patronats de turisme, amb un finançament exclusivament públic.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.9 Percepció del paper del sector privat en el desenvolupament dels plans d'excel·lència turística del litoral català**



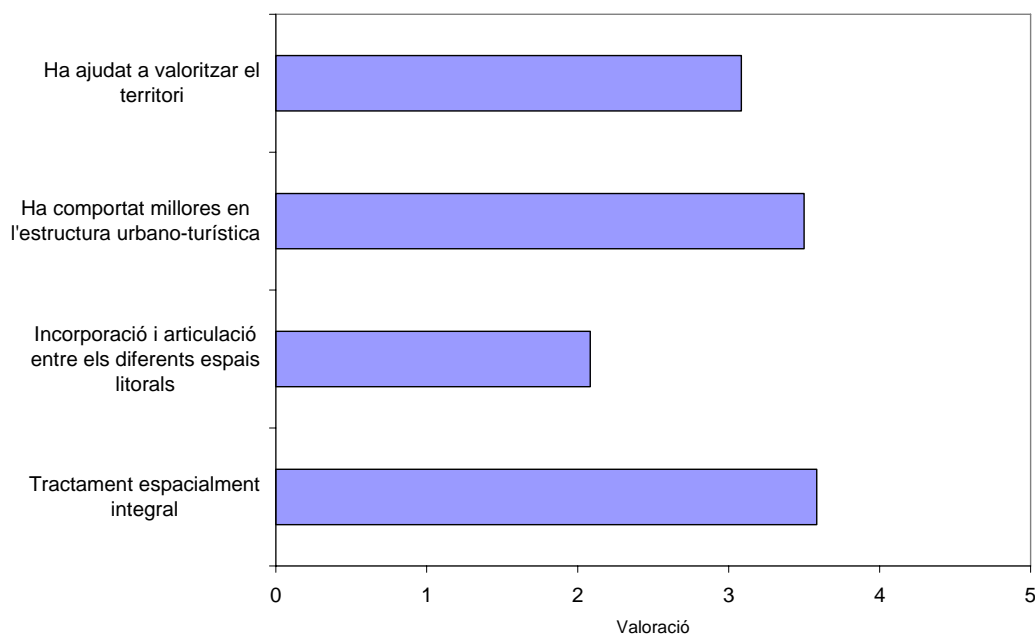
**Font:** Elaboració pròpia.

Pel que fa als impactes territorials dels Plans (veure figura 8.10), els experts estan bastant d'acord en que no únicament s'han contemplat actuacions per a la millora de la zona de platges, espai que gaudeix d'un bon estat gràcies a la tasca desenvolupada pels respectius governs locals amb anterioritat al Pla, sinó que s'han dissenyat estratègies repartides per tota l'estructura turística de la destinació. En aquesta línia, s'han realitzat diverses iniciatives de millora al casc urbà, relacionades amb l'esponjament i creació de nous espais públics, la remodelació de carrers, la transformació en àrees de vianants varies zones urbanes, la rehabilitació de façanes, la millora dels accessos (noves parades d'autobusos i carril bici) i la dotació d'equipaments (il·luminació, senyalització, implantació noves oficines de turisme, etc.); així com actuacions a les afores del nucli, entre les que destaquen la posada en valor dels recursos culturals i naturals (a través de la recuperació i adequació museogràfica del patrimoni històric i condicionament d'una xarxa de rutes a peu i amb bici ). Tot plegat, ha comportat certes millores en l'estructura urbano-turística i en els serveis que s'ofereixen, a més de contribuir a valoritzar el territori. Tanmateix, els Plans no han posat en marxa actuacions de caràcter supramunicipal amb poblacions

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

costaneres contigües, tret de Salou, amb el projecte d'Estació Nàutica Salou-Cambrils- Mont-roig/Miami Platja, iniciativa de discutible èxit pel que fa a la cooperació entre aquests municipis.

**Figura 8.10 Valoració dels impactes territorials dels plans d'excel·lència turística del litoral català**

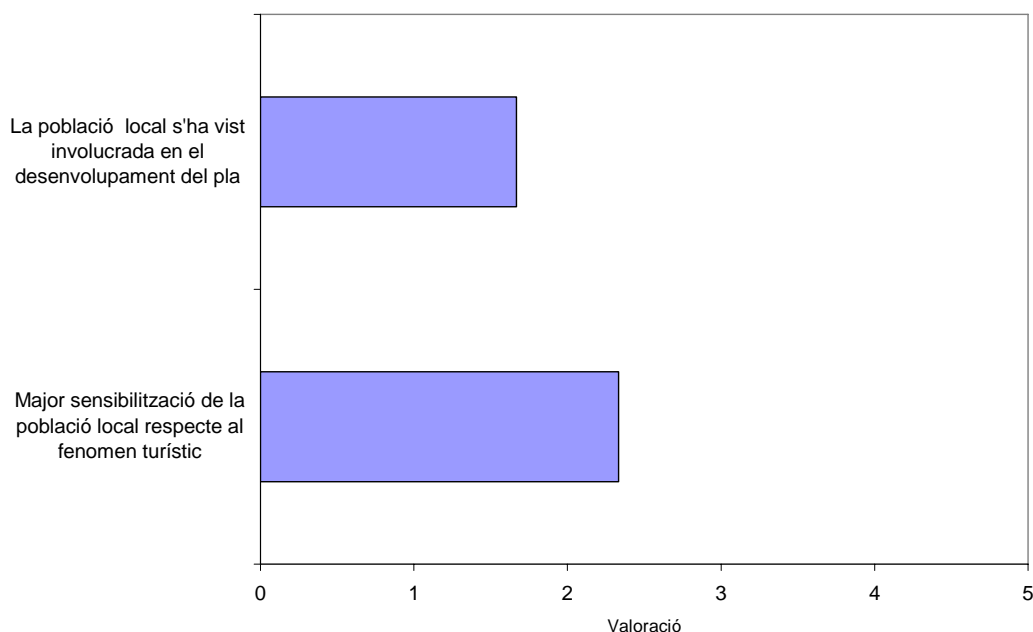


**Font:** Elaboració pròpia.

Els impactes socials dels Plans han estat força baixos (veure figura 8.11), ja que no ha augmentat el grau de sensibilització de la població local respecte al fenomen turístic. De fet, els problemes associats a un turisme de caràcter massiu (soroll, saturació de les vies de comunicació, brutícia, deteriorament del paisatge, etc.) han fomentat una actitud negativa per part dels residents que no viuen directament d'aquesta activitat, difícil de canviar sinó es planteja una reorientació del model i es realitzen campanyes adequades de conscienciació i motivació. Tampoc la població local s'ha vist involucrada en el desenvolupament del Pla, malgrat que algunes destinacions van crear figures específiques per debatre el seu contingut de forma participada entre l'administració, les institucions turístiques i la ciutadania en general, com a Calella amb el Consell Assessor i a El Vendrell amb els Plenaris. Aquests òrgans han presentat una baixa efectivitat, per qüestions com el retràs en la seva configuració, la manca continuïtat de les reunions i les dificultats a l'hora de dur a terme el procés participatiu.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.11 Valoració dels impactes socials dels plans d'excel·lència turística del litoral català**



**Font:** Elaboració pròpia.

Respecte els impactes turístics dels Plans (veure figura 8.12), els enquestats consideren que han estat relativament destacats entorn a la:

- Millora de la qualitat dels serveis turístics públics, a través de la creació de parades d'autobusos, del programa de millora de la vigilància i equipament de les platges i l'adequació de les oficines turístiques existents o bé l'obertura de noves.
- Potenciació dels productes preexistents, fonamentalment amb les actuacions de millora i condicionament de les platges.
- Posada en valor els recursos culturals i en menor mesura els naturals.
- Creació d'ofertes específiques en turisme actiu i familiar.

i el Plans han tingut una baixa repercussió en referència a:

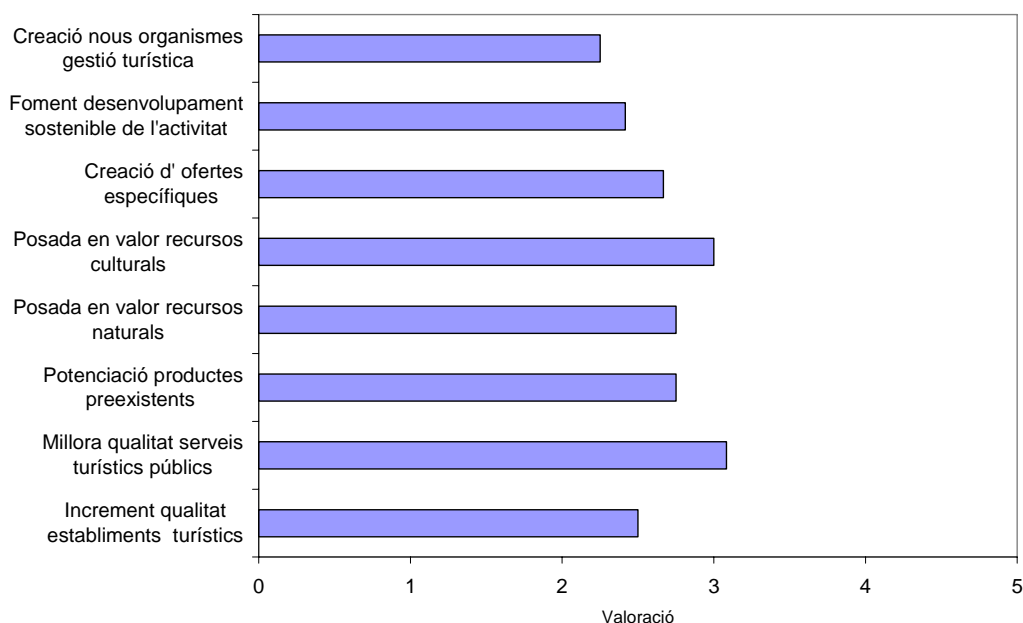
- L'increment de la qualitat dels establiments turístics, ja que la majoria de les destinacions iniciaren a principis dels noranta un procés de requalificació, fonamentalment de l'allotjament hoteler, al marge dels Plans.



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

- L'impuls d'un model de desenvolupament sostenible de l'activitat, tot i que alguns d'ells van finançar la redacció de l'auditoria ambiental de l'Agenda Local 21 (Calella i Cambrils) i implantaren en el cas de El Vendrell els projectes Municipi Turístic Sostenible, el Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED) i un sistema de gestió mediambiental en les platges (segons el reglament EMAS). Aquestes darreres iniciatives van presentar un escàs èxit per la manca d'un impuls suficient de la pròpia administració local.
- La creació de nous organismes de gestió turística, tan sols el Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell va contribuir de forma significativa en aquest sentit, amb la constitució de la Promotora Turística.

**Figura 8.12** Valoració dels impactes turístics dels plans d'excel·lència turística del litoral català



**Font:** Elaboració pròpia.

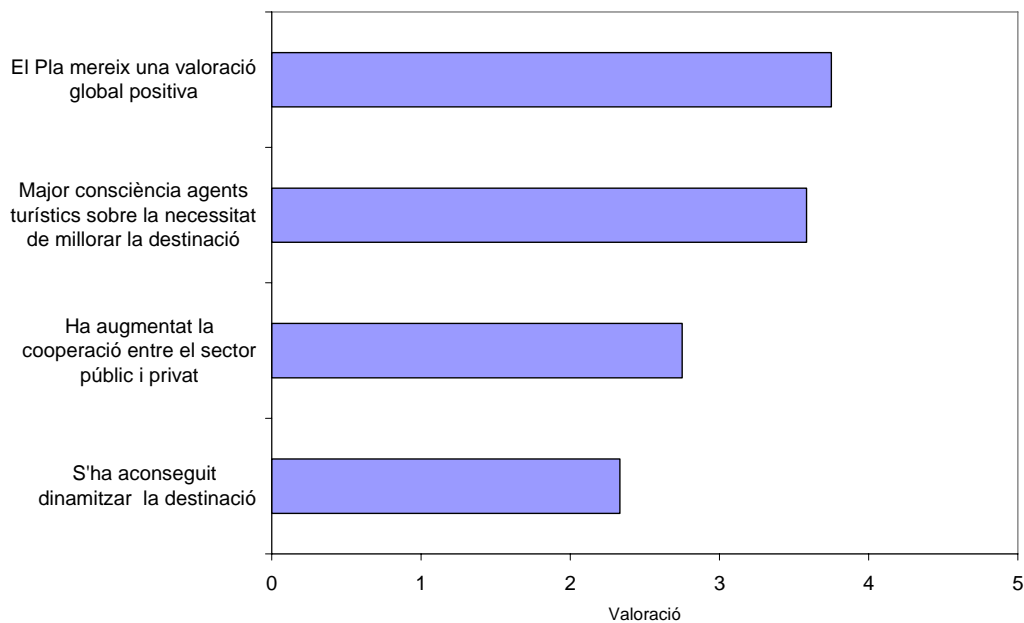
D'acord amb els experts, els Plans no han tingut capacitat de dinamitzar la destinació per diversos motius, entre els que destaquen el marcat lideratge de l'administració pública, la curta durada, el baix finançament, l'excessiva dedicació pressupostària a la millora urbana, els problemes de gestió, la realització d'informes i no d'accions materials (Sitges), i en alguns casos la

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

manca de cooperació entre el sector públic i privat. Malgrat tot, mereixen una valoració global positiva, principalment per haver estat una eina de reflexió i conscienciació dels agents turístics sobre la necessitat de millorar la destinació (veure figura 8.13).

**Figura 8.13 Valoració global dels plans d'excel·lència turística del litoral català**



**Font: Elaboració pròpia.**

**Quadre 8.8 Comportament de les destinacions i avaluació dels plans excel·lència turística dels municipis litorals catalans. Síntesi de les valoracions coincidents**

Àrea temàtica	Aspectes	Valoració
CARACTERITZACIÓ DE LES DESTINACIONS	Fortaleses	Imatge consolidada Important oferta hotelera i de qualitat Bon estat de les platges
	Debilitats	Accessos inadequats a les zones turístiques Marcada estacionalitat Baix ús turístic del patrimoni natural
	Sector empresarial turístic	Important teixit associatiu Durant la darrera dècada ha dedicat una part de la seva inversió a la millora de les infraestructures i augment de la qualitat dels serveis Baixa preocupació per la formació dels treballadors Poc èmfasi en la creació de nous productes i serveis singulars
	Administració local	Limitada dedicació a la recuperació d'espais naturals Poca atenció a l'implantació de mecanismes de gestió mediambiental Creixement urbanístic desmesurat i amb dificultats per a reorientar el model Manca de polítiques de conservació i rehabilitació del patrimoni natural i cultural Dificultats a l'hora d'integrar recursos amb identitat Insuficients esforços per desestacionalitzar l'activitat Municipis econòmicament dependents del turisme

Àrea temàtica	Aspectes	Valoració
VALORACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA	Nivell de coneixement del Pla	Poc conegut per la població local
		Gairebé nul coneixement per part del turista
		La majoria del sector empresarial turístic té constància de la seva implantació
	Nivell de coneixement de les actuacions	Escàs nivell de coneixement per part de la població
		Nul coneixement per part del turista
	Nivell utilització de les actuacions per part de la població	Les més utilitzades estan relacionades amb el condicionament i millora de platges i la recuperació urbanística
		Les menys utilitzades corresponen al medi ambient i el màrqueting i comunicació
	Nivell utilització de les actuacions per part del turista	Les més utilitzades estan relacionades amb el condicionament i millora de platges i la dotació d'equipaments
		Les menys utilitzades corresponen al màrqueting i comunicació, el medi ambient i la gestió i dinamització empresarial
	Nivell satisfacció de les actuacions per part de la població	Les més valorades estan relacionades amb el condicionament i millora de platges, la dotació d'equipaments i la recuperació urbanística
Les menys valorades corresponen al màrqueting i comunicació		
Nivell satisfacció de les actuacions per part del turista	Les més valorades estan relacionades amb la formació i la dotació d'equipaments	
	Les menys valorades corresponen al màrqueting i comunicació, la millora d'accessos i la gestió i dinamització empresarial	
Paper del sector privat en el desenvolupament dels Plans	Els diferents subsectors empresarials turístics han estat representats	
	La participació de l'empresariat en el diagnòstic i proposta d'actuacions no ha estat especialment destacada	
		El sector privat no ha col·laborat econòmicament en accions complementàries als Plans

Àrea temàtica	Aspectes	Valoració
VALORACIÓ DELS IMPACTES DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA	Impactes territorials	Tractament espacialment integral de la destinació Milliores en l'estructura urbano-turística Valorització del territori Els Plans no han contemplat actuacions de caràcter supramunicipal amb destinacions costaneres contingues
	Impactes socials	Limitats pel que fa: - L'augment de sensibilització de la població local respecte al fenomen turístic - Participació de la població local en el desenvolupament dels Plans
	Impactes turístics	Relativament important en relació a: - Millora de la qualitat dels serveis turístics públics - Potenciació dels productes preexistents - Posada en valor dels recursos culturals i en menor mesura naturals - Creació d'ofertes específiques
		Baixa en relació al: - Increment de la qualitat dels establiments turístics - Impuls d'un model de desenvolupament sostenible de l'activitat - Creació de nous organismes de gestió turística
VALORACIÓ GLOBAL DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA	Negatius	No ha aconseguit dinamitzar la destinació No ha augmentat la cooperació entre sector públic i privat en les destinacions de Calella de Mar i Cambrils
	Positius	Els diferents agents turístics han pres consciència sobre la necessitat de millorar la destinació El Pla mereix una valoració global positiva

Font: Elaboració pròpia.

### **3. Avaluació de les actuacions**

Els plans d'excel·lència litorals han estat instruments de la política turística dirigits a millorar la qualitat de les destinacions madures en un context de reestructuració dels espais de sol i platja. L'objectiu era potenciar les fortaleeses i atacar les debilitats amb actuacions que incidissin en els petits detalls, fossin fàcilment perceptibles i fomentessin la cooperació entre els agents implicats, en definitiva, que acabessin generant dinàmiques turístiques positives en el territori. En aquesta línia s'inscriuen les diverses actuacions desenvolupades pels municipis amb pla d'excel·lència del litoral català, que poden ser resumides en nou àrees: condicionament i millora de les platges, dotació d'equipaments, millora d'accessos, recuperació urbanística, diversificació i enriquiment de l'oferta, màrqueting i comunicació, gestió i dinamització empresarial, formació i medi ambient.

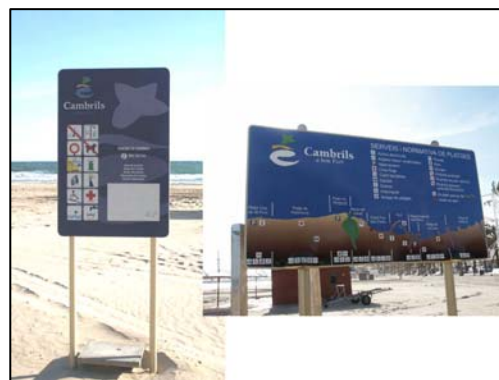
#### **3.1 Condicionament i millora de platges**

El major nombre d'accions efectuades s'han concentrat en reafirmar el seu producte bàsic, la platja i el mar, ja fos a partir d'obres de condicionament i millora (la instal·lació de dutxes, plataformes aquàtiques, mòduls de socorrisme, senyalització, etc.) o bé amb la incorporació de productes relacionats (ludoteques i zones esportives de platja). De fet, la destinació que ha realitzat un nombre més elevat d'iniciatives en aquest àmbit ha estat Cambrils, que aglutina més del 50% del total d'actuacions. Aquest municipi ha desenvolupat, en referència al condicionament i millora de les platges, un grup d'accions per millorar la vigilància i la informació, mitjançant la construcció d'un edifici per ampliar el servei d'atenció a l'usuari de primers auxilis, l'adquisició de torres de vigilància i mòduls de socorrisme, la compra de motos aquàtiques per al salvament i vigilància, la col·locació de senyalització informativa i l'adquisició de bicicletes i uniformes per al personal del servei de platges.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

**Figura 8.14 Edifici central de salvament, mòdul de socorrisme i senyalització de platges a la Platja del Regueral (Cambrils)**



**Font: Lorena Beas (Abril, 2004).**

Però també actuacions de millora del mobiliari de les platges, que inclou la instal·lació de dutxes, papereres, passarel·les d'accés a les platges, rampes d'accés al mar per a embarcacions, dues plataformes aquàtiques, pals per a les banderes i la ubicació de diferents punts d'oci infantil amb zones verdes.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Figura 8.15** Punt d'oci infantil, dutxes, passarel·les i papereres a la Platja del Regueral (Cambrils)



Font: Lorena Beas (Abril, 2004)

Per últim, en aquelles iniciatives dedicades a la diversificació productes vinculats amb el mar, Cambrils ha comptat amb la posada en funcionament d'una zona esportiva, que té la finalitat de concentrar la pràctica de les diferents activitats esportives en unes àrees concretes de la platja.

**Figura 8.16** Zona esportiva a la Platja del Regueral (Cambrils)



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Tot i que Cambrils reuneix la majoria d'iniciatives, altres municipis com El Vendrell (dutxes i activitats esportives), Salou (mòduls de socorrisme i plataformes nàutiques), Calella (plataformes nàutiques) i Sitges (senyalització) en comparteixen d'iguals; però a la vegada han plantejat de noves a El Vendrell (fonts, cadires amfibies i ludoteca), Sitges (estudi servei de platges) i Salou (millora accés a cales, lavabos públics i ludoteca).

**Figura 8.17 Accés Platja del Capellans i ludoteca a la Platja de Llevant (Salou)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

### **3.2 Recuperació urbanística**

En relació a la quantitat d'accions materialitzades és evident que aquelles iniciatives destinades a l'espai de platja han estat les més importants, però pel seu efecte transformador a nivell d'imatge i d'infraestructura, es pot considerar la recuperació urbanística com l'àrea que integra el paquet d'accions més potent. Bona part dels plans d'excel·lència turística analitzats han contemplat actuacions en aquest àmbit, amb l'objectiu de resoldre els problemes de manca d'espais

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

públics i excessiva edificació que solen presentar les destinacions litorals on s'ha implantat aquest projecte. Entre les accions més comuns es troba l'esponjament del nucli urbà, la potenciació i ampliació d'espais públics, vianalització i remodelació de carrers, millores en el passeig marítim i les façanes. Tanmateix, Calella i Lloret han estat les destinacions que han desenvolupat un major nombre d'iniciatives en recuperació urbanística, suposant més del 50% del conjunt (o bé superior al 60% si es descompta el que són informes). Estratègia que té una correspondència directa amb el fet que el desenvolupament turístic d'aquests dos municipis fou inicialment més rellevant que el d'altres destinacions de Catalunya, per tant, han sofert amb major intensitat els problemes de congestió i deteriorament.

Pel que fa a les obres d'esponjament del nucli urbà, Calella i Lloret han optat per eliminar alguns dels hotels que hi havia en mal estat o bé fora de servei, concretament s'ha comprat i enderrocat l'Hotel Cala i l'Hotel Cisne a Calella i l'Hotel San Francisco a Lloret de Mar. Aquest procés d'esponjament ha permès la creació de nous espais públics, la Plaça de Vicenç Ferrer a Calella i una petita zona enjardinada a l'entrada de Lloret de Mar per l'Avinguda de Tossa.

**Figura 8.18 Plaça de Sant Vicenç Ferrer (Calella de Mar)**



Font: Lorena Beas (Maig, 2005).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Figura 8.19** Zona enjardinada a l'Avinguda de Tossa (Lloret de Mar)



**Font:** Lorena Beas (Juny, 2005).

A banda de la demolició d'edificis, s'han utilitzat altres fórmules per ampliar i potenciar els espais públics, com la compra a Lloret d'una finca situada en el centre de la població i la posterior creació de la Plaça del Doctor Adler, o bé la reforma i condicionament de la Plaça de la Constitució a Calella de Mar degut al seu deteriorament.

**Figura 8.20** Plaça del Doctor Adler (Lloret de Mar)



**Font:** Lorena Beas (Juny, 2005).

**Figura 8.21 Plaça de la Constitució (Calella de Mar)**



**Font: Lorena Beas (Maig, 2005).**

En referència a la vianalització i remodelació de carrers, el municipi que ha fet més esforços en aquest aspecte és Lloret, ja que ha executat diverses obres de millora al centre de la localitat, com en els carrers Sènia del Barral, Marina, Cabres, Sant Pere, etc., que estaven degradats i donaven una mala imatge a aquesta part de la ciutat. En el cas de Calella, únicament s'han arranjat voreres i plantat arbres en la zona hotelera al voltant de la Plaça del Parlament de Catalunya. Mentre que a Sitges, només s'ha elaborat un estudi de vianalització, que posteriorment s'ha convertit en realitat amb pressupostos fora del Pla.

**Figura 8.22 Carrer Sant Pere (Lloret de Mar)**



**Font:** Lorena Beas (Juny, 2005).

En el bloc de la recuperació urbanística, la millora del passeig marítim ha estat la iniciativa més implementada, per tractar-se d'un dels espais més freqüentats tant pel turista com per la població local. En aquest sentit, a Lloret s'ha fet una operació de millora en el sector de Sa Caleta, que va consistir en canviar el paviment, el mobiliari urbà i soterrar tots els serveis. Pel que fa a Calella (Passeig Manuel Puigvert) i El Vendrell (Passeig de la Platja de Sant Salvador), les actuacions s'han centrat en el mobiliari urbà, l'enjardinament i la instal·lació d'altres elements d'aparador. Per contra, Sitges tan sols ha dissenyat un avantprojecte de remodelació del Passeig de la Ribera.

**Figura 8.23** Passeig de Lloret de Mar, tram Sa Caleta



**Font:** Lorena Beas (Juny, 2005).

Respecte a la millora de les façanes, Calella ha realitzat en el centre de la localitat actuacions de rehabilitació i neteja d'immobles privats, mentre que en El Vendrell s'ha arranjat la façana del patronat de turisme, totes elles accions amb l'objectiu de donar més valor a l'estètica urbana.

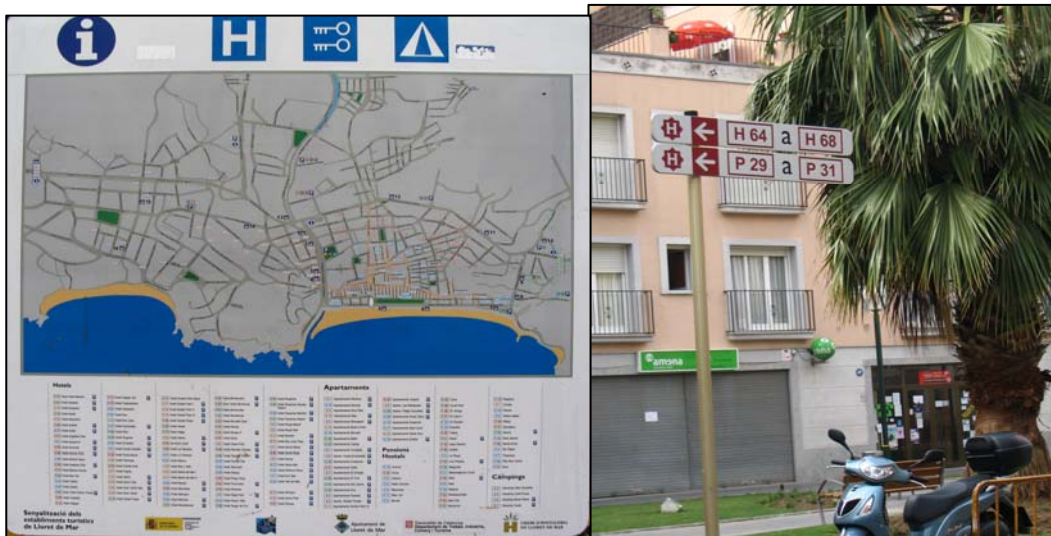
Paral·lelament, existeixen altres iniciatives de millora del medi urbà que tan sols s'han dut a terme en determinades destinacions, com la remodelació d'elements arquitectònics singulars a Salou, la instal·lació de diferent mobiliari urbà repartit pel municipi de Calella i el soterrament de contenidors a Sitges. A Salou s'ha rehabilitat un dels símbols del municipi, la Font Lluminosa, construïda en la dècada dels setanta per a embellir el Passeig Jaume I. A Calella s'ha millorat el mobiliari urbà de la ciutat a partir de la substitució d'aquells elements en mal estat. Pel que fa a Sitges, s'ha executat l'obra de soterrament de contenidors per a la recollida de residus en la Platja de Sant Sebastià, que no tan sols ha comportat una millora en el paisatge urbà sinó que sobretot, ha contribuït a incrementar la qualitat de vida dels residents i a evitar els conflictes entre aquests i els restauradors de la zona.

### **3.3 Dotació d'equipaments i millora d'accessos**

En complement a les actuacions de recuperació urbanística es troben les dedicades a la dotació d'equipaments i a la millora dels accessos. El paquet d'accions dedicades a la dotació d'equipaments, que es situa en tercer lloc en quant al volum total, han tingut com a objectiu contribuir a millorar la imatge general i els serveis públics turístics de la destinació. És precisament el seu caràcter global i multifuncional el que ha contribuït a que tots els municipis, exceptuant Calella, hagin incorporat alguna d'aquestes mesures. Entre les accions desenvolupades es troben la instal·lació de senyalització informativa i turística, la col·locació de fonts i lavabos públics, la il·luminació urbana, l'ampliació del nombre de contenidors, la modernització d'alguns equipaments culturals i la construcció de noves oficines de turisme o bé l'adequació de les ja existents. De totes elles, la senyalització informativa i turística ha estat el projecte més habitual, cinc de les sis destinacions han realitzat accions en aquest sentit. Lloret ha senyalitzat l'allotjament turístic de la població i les rutes BTT que passen pel terme municipal (en col·laboració amb el Consell Comarcal de la Selva), però també ha col·locat plafons informatius situats a les entrades de les urbanitzacions. En El Vendrell, per tal d'augmentar la seguretat, eficàcia i comoditat de la circulació, ha substituït la senyalització de la zona de platges, per una de nova basada en els principis de la claredat, simplicitat i uniformitat. A Salou s'ha renovat la senyalització turística del municipi. A Cambrils s'han senyalitzat les diferents parades del trenet turístic i instal·lat panells interpretatius del casc antic per potenciar el coneixement d'aquesta zona de la població. En el cas de Sitges, s'ha redactat un Pla de Senyalització.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.24 Senyalització dels allotjaments turístics (Lloret de Mar)**



Font: Lorena Beas (Juny, 2005).

**Figura 8.25 Senyalització d'una parada del trenet turístic situada a l'Avinguda de la Diputació (Cambrils)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.26 Senyalització (El Vendrell)**



F

Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

Un altre dels projectes destacables dins la dotació d'equipaments ha estat l'adequació i la creació de noves oficines de turisme. De fet, més de la meitat de les destinacions, Sitges, Salou, Cambrils i Lloret, han actuat sobre aquest aspecte. L'obra més important referida al condicionament i renovació d'aquest tipus d'instal·lació s'ha realitzat a Salou, amb la remodelació del Xalet Torremar (seu del patronat de turisme), on la planta baixa de l'edifici s'ha convertit en un espai d'atenció al públic i lloc per a varies zones de recepció, una sala d'espera i una sala de treball per a un mínim de tres persones, mentre que les plantes superiors queden reservades per a despatxos administratius i per a una sala de reunions. Per altra banda, s'han construït noves oficines de turisme en el propi municipi de Salou (situada a la Plaça d'Europa) i a Lloret (situada en l'entrada de la població per l'accés de l'autopista AP-7), edifici on s'ha ubicat l'organisme de gestió turística Lloret Turisme, i que al mateix temps és seu de l'oficina central de turisme.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

**Figura 8.27 Patronat de turisme al Xalet Torremar (Salou)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

**Figura 8.28 Oficina de turisme central, Lloret Turisme (Lloret de Mar)**



Font: Lorena Beas (Juny, 2005).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

En un grau menor d'importància es troba l'actuació d'il·luminació, dos dels sis municipis han realitzat aquest tipus d'iniciativa. En el cas de El Vendrell, ha consistit en la millora de l'entorn de dos recursos culturals, mitjançant la il·luminació de l'Ermita de Sant Salvador i l'Església de Coma-ruga, a més d'un espai públic de potencial ús turístic com el Parc dels Enamorats. Mentre que a Salou, s'ha optat per il·luminar el node de comunicacions més conegut del municipi, la Plaça d'Europa, on conflueixen les principals carreteres d'accés. La instal·lació d'un bon sistema d'il·luminació completa la millora estètica de la plaça, a la vegada que garanteix la seguretat de circulació tant a visitants com residents.

**Figura 8.29 Torres d'il·luminació a la Plaça d'Europa (Salou)**



**Font: Lorena Beas (Abril, 2004).**

La resta d'actuacions en dotació d'equipaments no són tan generalitzades i tenen un caràcter més puntual. A Cambrils s'han instal·lat una sèrie de fonts al Passeig Miramar i s'han comprat contenidors per reforçar el servei en la zona hotelera; a Lloret s'han situat cinc lavabos autonetejables en punts estratègics de la població (platja, plaça Pere Torrent o el pàrquing Can Xardó), mentre que a El Vendrell s'han fet diverses actuacions de condicionament de l'Auditori Pau Casals. Les obres relacionades amb aquest últim equipament s'han centrat en la millora de l'accessibilitat per a persones amb mobilitat reduïda, obres al soterrani

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

per pal·liar els problemes d'inundació, l'ampliació de la xarxa elèctrica, la climatització del vestíbul i els despatxos, la retolació externa, la reforma integral de la façana i la rehabilitació de la sala de concerts.

**Figura 8.30 Auditori Pau Casals (El Vendrell)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

**Figura 8.31 Carril bici a l'Avinguda Països Catalans (Cambrils)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Respecte a la millora dels accessos, quatre de les sis destinacions han desenvolupat iniciatives en aquest àmbit. El principal objectiu ha estat millorar l'ús del transport alternatiu al cotxe, així com agilitzar la circulació i la comunicació entre les diferents zones turístiques del municipi. En el cas de Calella, s'han creat noves parades per autobusos turístics al llarg del Carrer de Sant Jaume i a la Plaça del Maresme, així com s'han instal·lat semàfors a la N-II. Pel que fa a El Vendrell, s'ha reforçat el servei de transport urbà durant els mesos d'estiu entre el nucli i la zona de platges. Mentre que a Cambrils s'ha construït un carril bici entre el pont de la Renfe i l'Ajuntament, actuació que forma part d'un projecte més ampli que ha connectat la zona portuària amb el casc antic. Sitges, en consonància amb la resta d'actuacions del seu projecte, ha redactat un Pla de Mobilitat que hauria de coordinar-se amb el Pla de Senyalització i el de Vianalització.

### **3.4 Diversificació, enriquiment de l'oferta i medi ambient**

Els plans d'excel·lència del litoral català no s'han dedicat únicament a reforçar el recurs clàssic del sol i la platja, sinó que també han inclòs productes enfocats a satisfer les noves demandes del turista actual, mitjançant l'enriquiment de l'oferta i la incorporació de criteris de sostenibilitat a la destinació. En aquest sentit, els plans han incorporat diverses actuacions entorn la rehabilitació i musealització del patrimoni històric, millores en parcs i jardins singulars, estudis per a la segmentació de mercats, estructuració i dinamització dels productes i millores ambientals.

**Figura 8.32 Les Torretes (Calella de Mar)**



**Font: Lorena Beas (Juny, 2005).**

Les iniciatives de rehabilitació i musealització del patrimoni històric han estat destinades a la recuperació i posada en valor d'aquells elements que poden conferir més caràcter i personalitat a la destinació. A Lloret s'ha rehabilitat i adequat el jaciment ibèric del Turó Rodó i la torre de vigia (segle XI) del castell medieval de Sant Joan. A Calella s'han arranjat les Torretes (edificacions que formaven part de la xarxa de comunicacions de telegrafia òptica de mitjans del segle XIX) i condicionat el seu entorn per ser visitat. Mentre que a Cambrils s'ha treballat en la restauració i interpretació del jaciment de la Vila Romana de la Llosa, però també en la construcció d'una basa d'aigua per fer funcionar la maquinària del molí fariner de les Tres Eres, ampliant els atractius del museu on s'ubica.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Figura 8.33 El Molí de les Tres Eres (Cambrils)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

**Figura 8.34 Els Jardins de Santa Clotilde (Lloret de Mar)**



Font: Lorena Beas (Juny, 2005).

Un altre dels recursos turístics que ha estat objecte d'actuació és la millora dels parcs i jardins singulars. A Lloret s'han adequat els jardins noucentistes de Santa Clotilde, dissenyats l'any 1919 per l'arquitecte i urbanista Nicolau Maria Rubió i Tudurí, amb el doble objectiu de donar major prestigi a la destinació i potenciar

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

l'aflluència de visitants en un espai poc conegut del municipi. En el cas de Calella s'han col·locat les portes de ferro als accessos del noucentista Parc Dalmau, d'acord amb els croquis de l'arquitecte Jeroni Martorell i Terrats de l'any 1928.

Pel que fa als estudis dirigits a la segmentació de mercats, únicament s'han realitzat a Calella, mitjançant un informe de les potencialitats del turisme de congressos en aquesta destinació. Iniciativa que respon a l'oportunitat d'explotar un segment fins llavors desaprofitat, malgrat la proximitat a l'àrea de Barcelona i els esforços de l'hoteleria per equipar els establiments amb sales habilitades per aquest tipus d'activitats.

L'estructuració i dinamització dels productes ha estat l'estratègia més utilitzada per la meitat de les destinacions, s'ha tractat d'identificar i aportar noves propostes per dotar de contingut la destinació. En aquest sentit, El Vendrell ha potenciat l'oferta gastronòmica local, a través de la creació d'una associació, Les Cuines de El Vendrell (on queden vinculats diferents restaurants del municipi) i l'organització de campanyes gastronòmiques com "L'oli novell" (novembre), "Les favetes" (març), "El moll" (maig) i "La garrofa" (agost). Però també ha dinamitzat el turisme cultural entorn el món de Pau Casals; el turisme actiu, a través del disseny d'una xarxa de camins adequats per al senderisme i la BTT (Tour per El Vendrell); i ha impulsat el turisme termal, amb l'adhesió de la població a la Secció de Municipis amb Aigües Minerals i Termals.



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

**Figura 8.35 Xarxa de camins (El Vendrell)**



Font: Lorena Beas ( Abril, 2004) i <http://www.elvendrellturistic.com> (30-06-08).

**Figura 8.36 Les Cuines de El Vendrell (El Vendrell)**



Font: <http://www.elvendrellturistic.com> (30-06-08).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

En el cas de Sitges s'han redefinit i consolidat els productes turístics, agrupant-los en portafolis homogenis que permeten la seva fàcil comercialització. Fins al moment present, estan disponibles els portafolis de turisme cultural, el de turisme actiu i el de productes d'empresa. Per altra banda, s'ha instaurat un nou esdeveniment gastronòmic amb la finalitat d'impulsar la gastronomia local i l'oferta de restauració.

A Salou s'ha creat la ruta "Un passeig per Salou", es tracta d'un recorregut per a conèixer tretze punts considerats d'interès, ja sigui pel seu valor cultural, històric o natural (Torre Vella, Xalet Bonet, Església de Santa Maria, Moll, Monument Jaume I, Font Lluminosa, Masia Catalana, Oliveres del Passeig de la Segregació, Antic Carrilet, Antiga Duana, Parc de la Ciutat, Punta del Cavall i la Peña Tallada). El Pla també ha contribuït en el projecte Destinació Familiar, adquirint alguns dels diferents elements obligatoris per accedir a aquesta marca, com són les polseres identificatives infantils, els pitets i una guia de seguretat. Per últim, s'ha potenciat el producte Estació Nàutica Salou-Cambrils-Montroig/Miami Platja, amb la construcció d'una base nàutica al passeig Jaume I.

**Figura 8.37** Senyalització: "Un passeig per Salou" (Salou)



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

Les actuacions relacionades amb el medi ambient bàsicament s'han centrat en l'elaboració d'auditories ambientals, que sintetitzen l'estat actual del municipi i que constitueixen la base per a la implantació d'una Agenda Local 21. De les sis destinacions, Calella, El Vendrell i Cambrils, han elaborat aquest tipus d'estudis. Tanmateix, Cambrils també ha incorporat el projecte de regeneració barranc de la Verge del Camí, que pretén recuperar la flora i fauna d'aquest espai i poder-lo utilitzar posteriorment com a recurs turístic. No obstant, el Pla només ha finançat la primera fase del projecte, que ha constatat del desbrossament i neteja del barranc i el disseny de les actuacions a desenvolupar.

**Figura 8.38 Restauració del Barranc de la Verge del Camí (Cambrils)**



Font: Lorena Beas (Abril, 2004).

### **3.5 Màrqueting i comunicació**

Un altre grup d'actuacions ha estat el referit a les iniciatives de màrqueting i comunicació, mesures encaminades a mostrar una imatge atractiva de la destinació en base a les motivacions de la demanda. Aquests tipus d'actuacions s'han dedicat a racionalitzar i vertebrar les tasques de promoció (plans de comercialització i comunicació), a adaptar-se a les noves exigències dels consumidors (estudis de la demanda) i ajudar a conscienciar els agents turístics i la població respecte al fenomen turístic (divulgació del pla, campanyes de sensibilització i organització de congressos sobre plans d'excel·lència i de dinamització turística). Les actuacions plantejades pràcticament s'han repartit en

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

els municipis de Sitges, El Vendrell i Cambrils, per ser destinacions menys conegudes o condicionades per altres centres turístics més potents, com Barcelona i Salou.

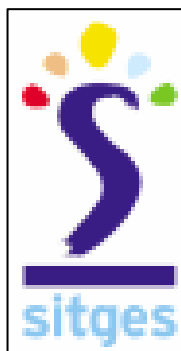
Pel que fa als plans de comercialització i comunicació, Sitges ha creat una web turística ([www.sigestour.com](http://www.sigestour.com)), un DVD promocional de la destinació i ha dissenyat el logotip de la marca turística. A El Vendrell, s'ha posat en funcionament un portal turístic ([www.vendrellturistic.com](http://www.vendrellturistic.com)), s'han organitzat activitats promocionals en fires nacionals (FITUR, Expovacaciones i SITC) i internacionals (Toulouse, Moscou, Berlín, Munic i Londres); s'ha editat material divers (una guia d'allotjament, el tríptic del riuet, l'agenda cultural, punts de llibre, bosses i Cds sobre el municipi i les seves empreses, etc.), a la vegada que ha estat present en els mitjans de comunicació (premsa escrita, ràdio i televisió). Mentre que Cambrils, ha realitzat una guia del visitant i ha organitzat la campanya "Cambrils Vacances Familiars".

**Figura 8.39** Web turística de El Vendrell



Font: <http://www.elvendrellturistic.com> (30-06-08).

**Figura 8.40** Marca turística de Sitges



**Font:** <http://www.sitgestour.com> (30-06-08).

En referència als estudis de la demanda turística, es reconeix que permeten identificar els hàbits, les tendències de consum i el grau de satisfacció dels turistes, informació de gran valor a l'hora d'orientar les estratègies de gestió i comunicació d'una destinació. En aquesta línia, Cambrils ha implantat un qüestionari bàsic de control de l'oferta per tal de determinar la visió del visitant respecte als diversos aspectes que la componen, actuació que s'ha desenvolupat durant tres períodes de l'any (abril, juliol i setembre), amb la qual cosa ha permès conèixer el perfil del visitant al llarg de la temporada turística i per altra banda, la seva visió de l'oferta en diferents èpoques de l'any. En canvi, Sitges ha elaborat un informe on es detallaven quins havien de ser els requisits necessaris (qüestionari bàsic, lloc d'enquestació, periodicitat, nombre d'enquestes, etc.) per extreure el perfil dels turistes que visiten la destinació.

Les iniciatives vinculades a la sensibilització han pretès transmetre al conjunt de la població i agents turístics implicats la necessitat d'oferir un bon tracte i varietat de serveis al turista. Per aquest motiu, El Vendrell i Salou han organitzat diferents campanyes en aquest sentit. A El Vendrell s'han realitzat reunions periòdiques amb els empresaris del sector i actuacions de comunicació on s'introdueixen temes de sensibilització. En el cas de Salou s'han projectat dues accions, una dirigida exclusivament als membres de la policia municipal i un altre als habitants i professionals del turisme (campanya "Fem que tornin!").

Les actuacions de divulgació i promoció del Pla han estat les més comuns a totes les destinacions, l'únic municipi que no ha aplicat cap iniciativa d'aquest tipus ha estat Lloret de Mar. La finalitat principal era comunicar les iniciatives

## Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català

desenvolupades en els plans a la població local, als agents turístics i als propis turistes. Fonamentalment s'han utilitzat quatre vies, la publicació de revistes i fulletons, l'organització de seminaris i congressos, la introducció d'informació multimèdia i alguns articles divulgatius a la premsa. Pel que fa al primer aspecte, a Calella va crear una revista específica (Butlletí de Calella Excel·lència), a El Vendrell "El Pla d'Excel·lència Turística Informa", a Salou un tríptic informatiu del Pla i a Cambrils la revista "Cambrils Excel·lència Turística". Del segon aspecte, a Calella es van organitzar les "Jornades de Municipis i Comarques amb Plans de Dinamització i Excel·lència Turística" i el "Congrés Nacional de Plans d'Excel·lència i Dinamització Turística" a El Vendrell. Finalment també es van crear alguns links concrets en la pàgina web dels patronats municipals de turisme i diferents articles en premsa local, que han informat sobre el funcionament de programes i accions.

Figura 8.41 Revistes dels plans d'excel·lència de Calella de Mar i El Vendrell



Font: Butlletí de Calella Excel·lència (núm.2. Juny, 2000) i El Pla d'Excel·lència Turística Informa de El Vendrell (núm.1.Octubre 2002).

### **3.6 Gestió, dinamització empresarial i formació**

El bloc de mesures de gestió i dinamització empresarial s'ha encarat a fomentar la qualitat i la cooperació entre les empreses turístiques, així com a donar continuïtat a les dinàmiques positives generades pels plans un cop aquests han finalitzat. En aquest sentit, es s'han plantejat models de qualitat per al sector turístic, plans de dinamització del comerç, plans de gestió municipal i s'han creat nous organismes de gestió turística. No obstant, tan sols Sitges i El Vendrell han realitzat iniciatives en aquesta línia, en bona part perquè són els municipis menys especialitzats en el model de sol i la platja i valoren la importància d'un teixit empresarial turístic fort i coordinat a l'hora d'oferir productes diferenciats.

En relació a la implantació de models de qualitat per al sector turístic, Sitges ha posat en funcionament un pla de qualitat turística, en base als instruments i metodologies del SICTED (Sistema Integral de Qualitat del Turisme Espanyol, desenvolupat per la Secretaria General de Turisme). L'objectiu d'aquesta actuació ha estat dotar als establiments, directa o indirectament relacionats amb l'activitat turística, d'un sistema de gestió coordinat de la qualitat de la destinació.

**Figura 8.42 Tríptic informatiu del Pla de Gestió i Millora de la Qualitat Turística de Sitges**



**Font: Pla Excel·lència Turística de Sitges.**

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

---

Donat que el comerç és considerat un atractiu important dins l'oferta complementària, Sitges i El Vendrell han elaborat plans específics per a dinamitzar aquesta activitat. En el cas de Sitges, s'han organitzat reunions entre el sector comercial i l'administració amb la finalitat de crear ofertes específiques adreçades als diferents segments de demanda (especialment al segment de congressos i convencions). Mentre que a El Vendrell, les iniciatives s'han centrat en el comerç situat als barris marítims, a través d'un estudi sobre la situació comercial d'aquesta zona, l'estructuració de l'Associació de Comerciants de Coma-ruga, Sant Salvador i el Francàs i la realització de diverses campanyes (d'identificació comercial dels comerços, de senyalització comercial, de marxandatge i divulgació de la imatge comercial de les platges i de sensibilització social al consumidor).

En relació a la gestió municipal, Sitges ha dissenyat un pla de patrocini municipal, iniciativa que pot suposar un novedosa via d'ingressos en base al patrocini i esponsorització dels atractius turístics per part d'empreses.

Alguns plans han creat nous organismes de gestió turística amb finalitat de fomentar la col·laboració entre administració i sector empresarial turístic, per donar continuïtat a les actuacions i aprofitar la dinàmica de treball creada. En el litoral català, l'únic pla que ha contemplat aquest tipus d'iniciativa ha estat el de El Vendrell, el qual va constituir la Promotora Turística. Aquesta nova figura de gestió públic-privada persegueix diversos objectius, entre els que es troben transmetre una imatge de conjunt de les empreses, potenciar la col·laboració entre sector públic i privat, incidir en la qualitat de l'oferta, crear nous productes, organitzar activitats rellevants, investigar les noves tendències del mercat i incorporar nous sistemes de promoció. Per aconseguir aquests punts la Promotora Turística compta amb el portal turístic [vendrellturistic.com](http://vendrellturistic.com) i un local per a reunions situat en el barri marítim de Coma-ruga. En aquest espai es coordinen les empreses que treballen dedicades al turisme i el seu entorn, a més de ser l'oficina del dinamitzador del comerç i de les Cuines de El Vendrell.



*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

**Figura 8.43 Local de la Promotora Turística (El Vendrell)**



**Font: Lorena Beas ( Abril, 2004).**

Per últim, s'ha de dir que el grup d'actuacions dedicades a la formació no han tingut gaire incidència, únicament El Vendrell i Salou han organitzat cursos formatius dirigits al sector públic. A El Vendrell, els membres del patronat de turisme van assistir a un curs de formació per implantar un pla de qualitat a l'oficina de turisme, seguint el criteris de la Secretaria General de Turisme. Mentre que a Salou es van oferir cursos d'anglès a la policia municipal.

#### **4. TIPOLOGIA D'ACTUACIONS SEGONS LA SEVA DIMENSIÓ**

El major nombre d'accions desenvolupades pels plans estan relacionades amb el condicionament i millora de platges, que aglutina des d'accions de millora de la vigilància, la informació i el mobiliari, fins a la diversificació de productes vinculats al mar. En aquest sentit, el municipi que més destaca en aquest tipus d'iniciatives i amb molta diferència amb la resta és Cambrils, que acaba concentrant més de la meitat d'accions.

Les iniciatives de recuperació urbanística, que es complementen amb les de dotació d'equipaments i millora d'accessos, són les que presenten un impacte més important sobre la imatge de les destinacions. En el cas de la recuperació urbanística, les accions més comuns han estat l'esponjament del nucli urbà, la

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

potenciació i ampliació d'espais públics, vianalització i remodelació de carrers, millores en el passeig marítim i les façanes. Calella i Lloret han estat les destinacions que han dedicat major atenció a aquest aspecte. En dotació d'equipaments, la senyalització informativa i turística ha estat el projecte més utilitzat (exceptuant Calella), mentre que en millora d'accessos la diversitat d'accions és inferior, al igual que el nivell d'implantació.

Per tal de diversificar l'oferta i incorporar criteris de sostenibilitat a la destinació, els plans d'excel·lència han incorporat diverses actuacions entorn la rehabilitació i musealització del patrimoni històric, millores en parcs i jardins urbans, estudis per a la segmentació de mercats, estructuració i dinamització de productes i millores ambientals. En aquest sentit, les sis destinacions han realitzat algun tipus d'actuació, però han incidit més aviat poc en qüestions mediambientals.

Un altre grup d'actuacions és el referit a les iniciatives de màrqueting i comunicació, que contempla accions de divulgació dels propis plans, estudis de demanda, plans de comercialització i comunicació i campanyes de sensibilització, principalment desenvolupades pels municipis de Sitges, El Vendrell i Cambrils.

Pel que fa a la gestió i dinamització empresarial, les actuacions desenvolupades corresponen a la implantació de models de qualitat per al sector turístic, plans de dinamització del comerç, plans de gestió municipal i la creació de nous organismes de gestió turística. Tanmateix, únicament els plans de Sitges i El Vendrell han apostat per aquestes iniciatives.

Finalment, les actuacions dedicades a la formació han estat molt pobres i tan sols s'han aplicat en els municipis de El Vendrell i Salou.

**Quadre 8.9 Actuacions desenvolupades en el marc dels plans d'excel·lència de Lloret de Mar, Calella de Mar, Sitges, El Vendrell, Salou i Cambrils**

Àrea temàtica	Actuacions	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	EL Vendrell	Salou	Cambrils
Condicionament i millora de platges	Fonts a les platges						
	Dutxes						
	Torres de vigilància						
	Mòdul edifici central de salvament						
	Mòduls socorrisme						
	Papereres						
	Punts d'oci amb zones verdes						
	Plataformes nàutiques						
	Passarel·les d'accés a les platges						
	Senyalització						
	Motos nàutiques amb lliteres i quad pel seu transport						
	Material per a la vigilància de platges (bicicletes, uniformes, etc.)						
	Rampes d'accés al mar per a embarcacions						
	Pals per a les banderes						
	Cadires amfibies						
	Millora de l'accés						
	Lavabos públics						
	Estudi de serveis a les platges						
Activitats esportives a la platja							
Ludoteca a la platja							

Àrea temàtica	Actuacions	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	EL Vendrell	Salou	Cambrils
Dotació d'equipaments	Construcció de noves oficines de turisme						
	Adequació de les oficines de turisme						
	Senyalització informativa i turística			(Pla)			
	Lavabos públics						
	Il·luminació						
	Fonts						
	Contenidors zona hotelera						
	Modernització d'alguns equipaments culturals						
Millora accessos	Noves parades d'autobusos						
	Instal·lació de semàfors						
	Pla de Mobilitat						
	Suport al transport urbà						
	Carril bici						

Àrea temàtica	Actuacions	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	EL Vendrell	Salou	Cambrils
Recuperació urbanística	Enderrocament d'hotels obsolets i posterior urbanització de places						
	Remodelació de places						
	Remodelació de carrers						
	Vianalització			(Pla)			
	Millores en el passeig marítim			(Projecte)			
	Millora de façanes						
	Mobiliari urbà						
	Soterrament de contenidors						
	Remodelació i adequació d'elements arquitectònics singulars						
Diversificació i enriquiment de l'oferta	Rehabilitació i musealització del patrimoni històric						
	Millores en parcs i jardins singulars						
	Estudis per a la segmentació de mercats						
	Estructuració i dinamització dels productes						
Medi ambient	Auditories ambientals Agenda Local 21						
	Projecte recuperació espais naturals						

Àrea temàtica	Actuacions	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	EL Vendrell	Salou	Cambrils
Formació	Cursos formatius per al personal de l'oficina de turisme						
	Cursos d'idiomes i sensibilització dirigits als agents turístics						
Màrqueting i comunicació	Divulgació i promoció del Pla						
	Pla de comercialització i comunicació						
	Estudis de la demanda						
	Campanyes de sensibilització						
Gestió i dinamització empresarial	Implantació de models de qualitat per al sector turístic						
	Plans de dinamització del comerç						
	Plans de gestió municipal						
	Creació de nous organismes de gestió turística						

Font: Elaboració pròpia.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

---

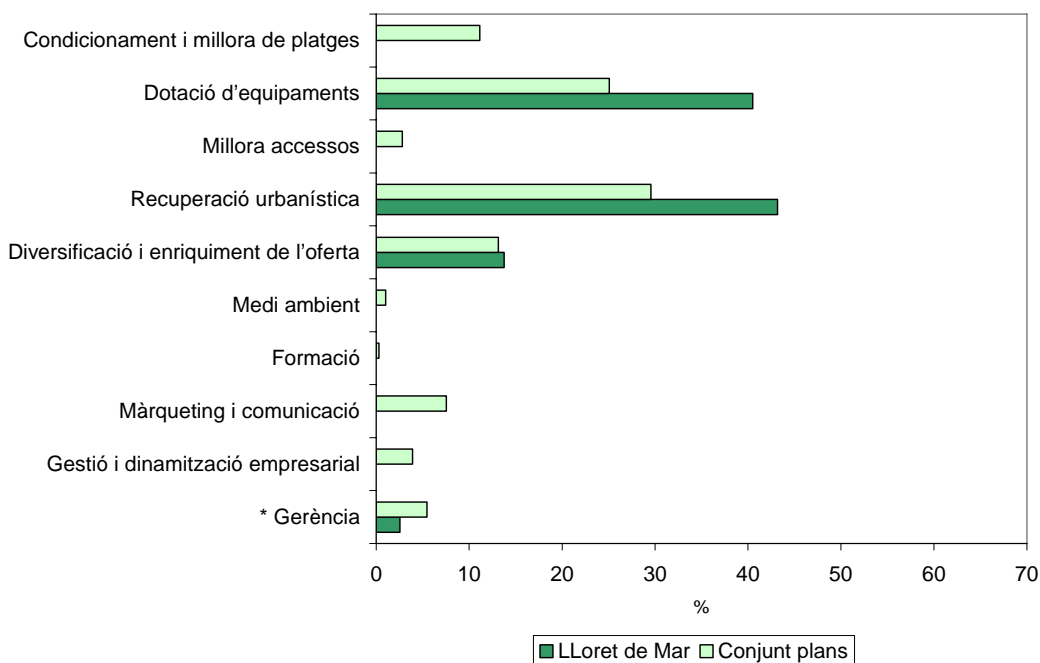
Per altra banda, si s'avaluen les actuacions des del punt de vista de la inversió, s'observen certes diferències respecte al que succeeix si es té en compte només el nombre absolut d'accions. De fet, les iniciatives emmarcades en l'àmbit del condicionament i millora de les platges són les més nombroses, però en canvi ocupen la quarta posició pel que fa al volum d'inversió, amb un 11,15% sobre el total. Aquesta desproporció té relació amb la naturalesa de les iniciatives, ja que certament instal·lar una dutxa, una font o bé una plataforma nàutica, no ocasiona la mateixa repercussió econòmica que, per exemple, la compra i enderrocament d'un hotel obsolet per transformar el solar posteriorment en una plaça pública. Per aquest motiu, les mesures de recuperació urbanística són les que registren una major inversió econòmica (29,56%). En segon lloc es troben les iniciatives dedicades a la dotació d'equipaments (25,08%), on la construcció d'oficines de turisme o la remodelació d'edificis per equipaments i serveis, també presenten un cost elevat en comparació a altres tipus. En tercera posició es situen aquelles accions associades a la diversificació i enriquiment de l'oferta (13,13%). Encara que totes les destinacions contemplin iniciatives en aquest apartat, la dotació pressupostària està a molta distància dels dos primers grups, principalment pel reduït nombre d'iniciatives efectuades, però també per tractar-se de projectes de petites dimensions encaminats a la posada en valor dels recursos patrimonials (culturals i naturals). La resta d'actuacions tenen una importància secundària, ja que aglutinen valors inferiors al 10% del pressupost global dels plans. Per ordre de major a menor proporció, consten les accions en màrqueting i comunicació (7,56%), les de gestió i dinamització empresarial (3,92%), millora d'accessos (2,80%), medi ambient (1,01%) i formació (0,30%). Tanmateix, s'ha de valorar la despesa que suposa la gerència, que encara que no forma part de cap actuació, suposa un no gens menyspreable 5,47% del finançament.

En el cas de Lloret de Mar, les actuacions més significatives en quant a volum pressupostari han estat les dirigides a la recuperació urbanística (43,17%) i a la dotació d'equipaments (40,51%), les quals han comptat amb partides econòmiques superiors a la mitjana del conjunt de plans. En relació al pressupost dedicat a la recuperació urbanística, la compra de l'Hotel San Francisco per la posterior urbanització de la Plaça Doctor del Adler, s'emporta més del 20,83% del total, seguit del pla de remodelació de carrers i creació de zones de vianants (11,60%) i de la millora del passeig marítim en el sector de Sa

**Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català**

Caleta (10,74%). Respecte a la dotació d'equipaments, l'actuació més costosa de tot el pla correspon a la construcció de la nova oficina de turisme (30,44%), mentre que la instal·lació de lavabos públics i la senyalització informativa i turística del municipi li queden assignades el 5,63% i el 4'44%, respectivament. En diversificació i enriquiment de l'oferta tan sols s'ha adjudicat el 13,77% del pressupost total, malgrat tot, és una xifra semblant a la mitjana dels plans del litoral català. Les actuacions en aquest àmbit es reparteixen entre la rehabilitació i musealització del jaciment ibèric del Turó Rodó i del castell medieval de Sant Joan (8,02%) i l'adequació dels jardins noucentistes de Santa Clotilde (5'75%). Pel contrari, el Pla no ha contemplat cap actuació associada al condicionament i millora de platges, la millora dels accessos, el medi ambient, la formació, el màrqueting i comunicació i la gestió i dinamització empresarial (veure figura 8.44).

**Figura 8.44 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Lloret de Mar (1999-2002)**



\* No és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

Font: Elaboració pròpia.

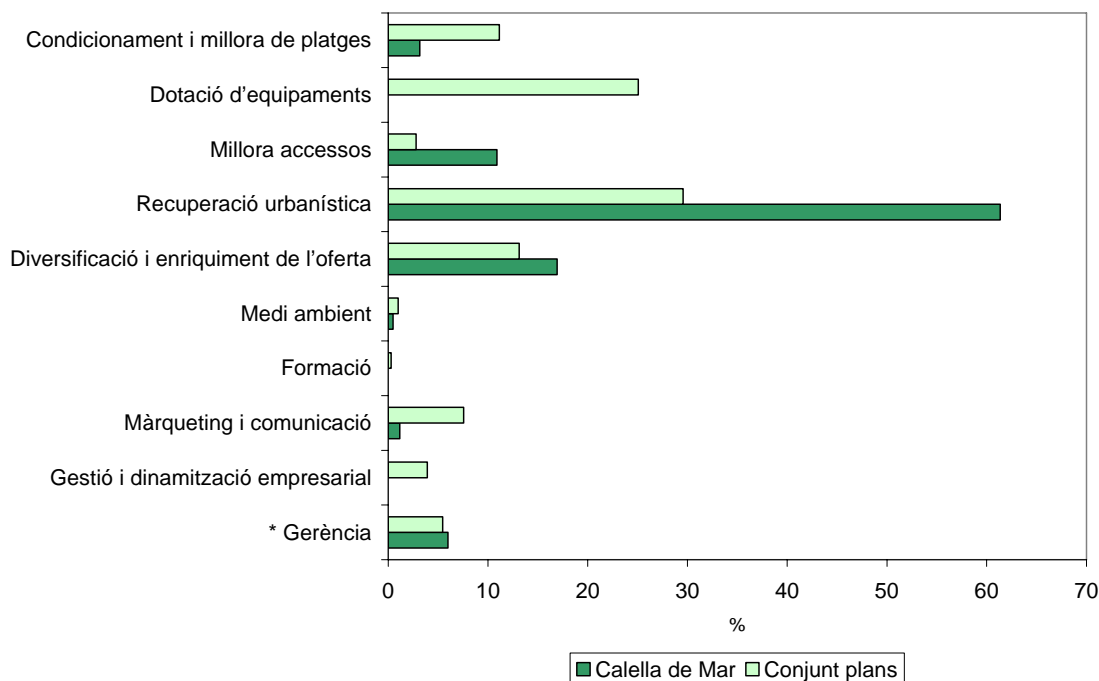
Pel que fa a Calella, bona part del pressupost es dedica a la recuperació urbanística (61,36%), proporció molt superior a la mitjana destinada al conjunt dels plans. De fet, Calella és la destinació que més ha invertit en aquesta



**Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català**

apartat, principalment per la compra de dos hotels, el Cala i Cisne, la seva demolició i posterior urbanització de la Plaça Vicenç Ferrer, només aquest projecte suposa més de la meitat (51,82%) de la partida global. Tanmateix, encara que la diversificació i enriquiment de l'oferta ha acaparat només el 16,94% de la inversió, és la destinació que major atenció pressupostària ha dedicat en aquest aspecte. Entre les actuacions plantejades en aquest apartat, la rehabilitació de les Torretes fou la iniciativa preferent, amb el 15,77% de la inversió total, mentre que la millora del Parc Dalmau i la redacció d'un estudi sobre turisme de congressos, van significar únicament el 0,82% i el 0,34%, respectivament. Per altra banda, el 10,90% del finançament es va destinar a la millora dels accessos, mitjançant la ubicació de noves parades d'autobusos turístics (8,60%) i la instal·lació de semàfors a la N-II (2,30%). En canvi, les accions en condicionament i millora de les platges, màrqueting i comunicació i medi ambient van ser les de menor quantia, juntes no arriben al 5% del finançament. És de destacar que el Pla d'Excel·lència Turística de Calella no ha contemplat iniciatives entorn la dotació d'equipaments, la formació, ni en la gestió i dinamització empresarial (veure figura 8.45).

**Figura 8.45 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Calella de Mar (1998-2001)**

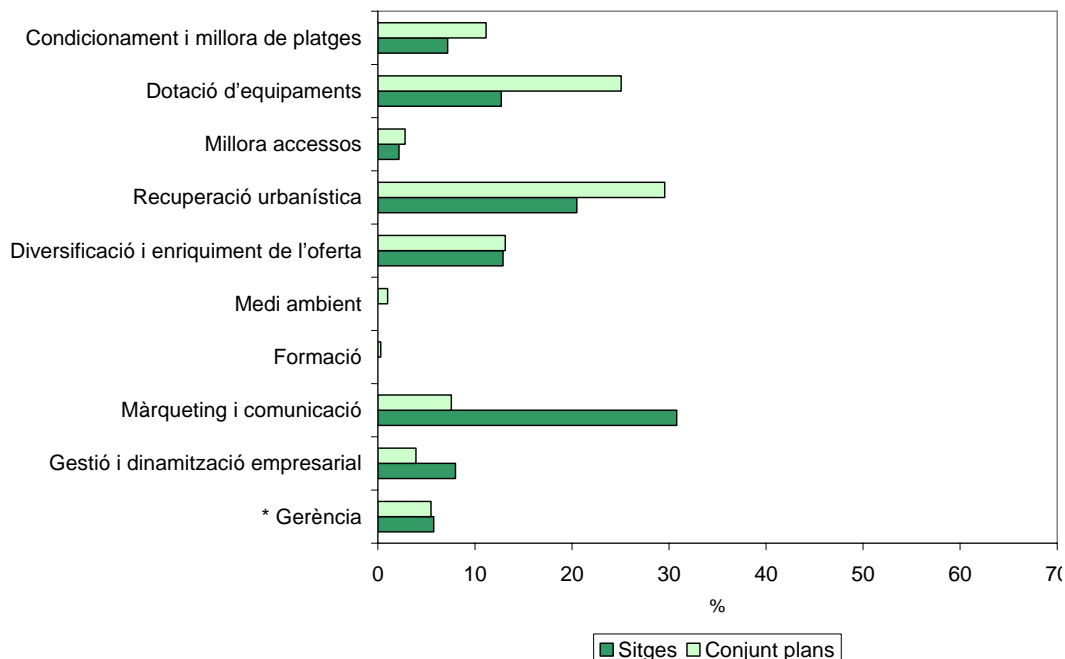


\* No és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

Font: Elaboració pròpia.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.46 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Sitges (2003-2006)**



\* No és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

Font: Elaboració pròpia.

En referència a Sitges, les accions més importants han estat en màrqueting i comunicació, amb un 30,79% de la inversió, assolint el percentatge més elevat de tots els plans en aquest apartat. La concepció i edició de material promocional, conjuntament amb el pla de comunicació, consumeixen la major part del pressupost (19,65%). En segona posició es troben les iniciatives de recuperació urbanística (20,50%), on la prioritat ha recaigut en el soterrament dels contenidors i en tercer lloc, es situen les accions de diversificació i enriquiment de l'oferta (12,90%) i la dotació d'equipaments (12,72%). Tanmateix, si bé la inversió en l'àmbit de diversificació i enriquiment de l'oferta presenta una distribució força equitativa entre les diverses accions, en el cas de la dotació d'equipaments, la major part del pressupost es destina a millorar les infraestructures i serveis de les oficines de turisme (10,77%). És de destacar que tant les iniciatives situades en segona i tercera posició registren percentatges per sota de la mitjana dels plans del litoral català. Per altra banda, els aspectes menys atesos han estat en la gestió i dinamització empresarial (7,99%), tot i que

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del  
litoral català*

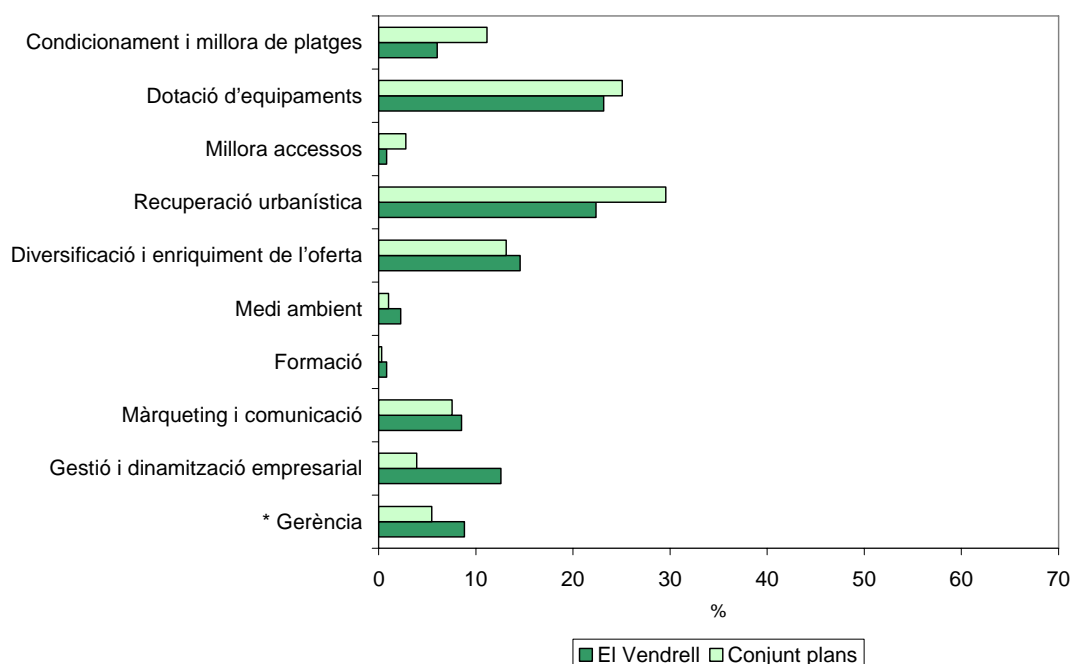
---

amb un percentatge significativament superior al conjunt dels plans, en condicionament i millora de platges (7,18%) i la millora d'accessos (2,17%). En canvi, no s'ha realitzat cap tipus d'actuació en dues àrees temàtiques, medi ambient i formació (veure figura 8.46).

El Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell és l'únic que ha contemplat accions en totes les àrees temàtiques. Tanmateix, les actuacions en dotació d'equipaments i recuperació urbanística són les que han disposat de major inversió, amb un 23,18% i 22,36%, respectivament. En relació a la dotació d'equipaments, el 18,60% del pressupost s'ha dedicat a la senyalització informativa del municipi, dels comerços i els atractius culturals, mentre que la resta s'ha destinat a la il·luminació de les ermites de Sant Salvador i Coma-ruga, el Parc dels Enamorats (2,38%) i a la modernització de l'Auditori Pau Casals (2,20%). Respecte a les iniciatives de recuperació urbanística, la reforma del passeig marítim (sector entre l'Illa de Coma-ruga i la Riera de la Bisbal) ha estat l'acció més important (22,25%). Amb un finançament més modest, però significatiu si es té en compte que presenten valors superiors a la mitjana del conjunt de plans, es troben les accions de diversificació i enriquiment de l'oferta (14,56%) i de dinamització empresarial (12,58%). En el primer cas, destaca el Pla de Dinamització del Turisme Actiu (8,44%), i en el segon la creació de la Promotora Turística (10,58%). De fet, la proporció invertida en gestió i dinamització empresarial triplica la mitjana del conjunt de plans d'excel·lència del litoral català, convertint-se en la destinació que major incidència dona a aquest aspecte. En canvi, no s'ha donat gaire importància a les accions de màrqueting i comunicació (8,54%), condicionament i millora de platges (6,03%), medi ambient (0,83%) i millora d'accessos (0,83%), veure figura 8.47.

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.47 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell (2001-2005)**



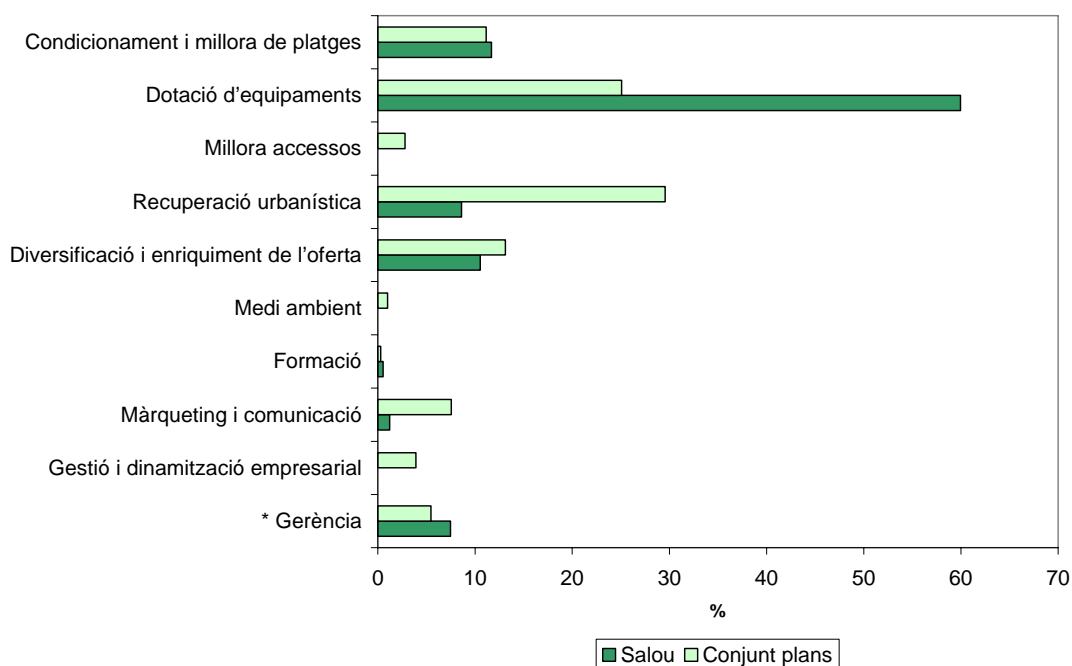
\* No és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

Font: Elaboració pròpia.

En relació a Salou, la major part del pressupost s'ha destinat a la dotació d'equipaments (59,96%), en aquest sentit, les actuacions que s'han emportat una major partida pressupostària corresponen a la remodelació del Xalet Torremar (28,74%) i a la il·luminació de la Plaça d'Europa (16,72%). Si es compara amb la resta de municipis, Salou és la destinació que més ha dedicat en aquest aspecte, superant en més del doble el valor mitjà del conjunt de plans. En ordre de menor importància es situen les iniciatives de condicionament i millora de platges (11,68%), diversificació i enriquiment de l'oferta (10,53%) i recuperació urbanística (8,6%), s'ha d'assenyalar que aquest últim grup està molt per sota de la mitjana global. Per altra banda, les actuacions destinades al màrqueting i la comunicació (1,21%) i la formació (0,54%) són les que han tingut menys pressupost, mentre que no s'ha realitzat cap actuació en millora d'accessos, medi ambient i gestió i dinamització empresarial (veure figura 8.48).

*Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català*

**Figura 8.48 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1999-2003)**



\* No és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

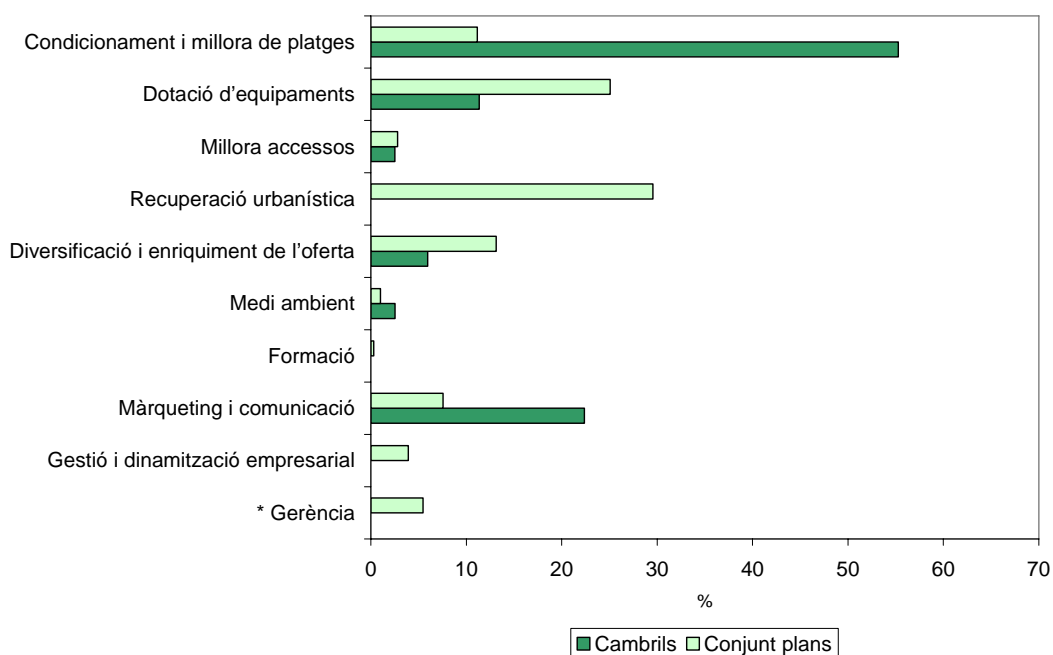
Font: Elaboració pròpia.

El municipi de Cambrils té el pressupost més alt de tots els plans en quant a condicionament i millora de les platges, que amb un 55,26% representa cinc vegades més que la mitjana global, sent la destinació que més ha invertit en aquesta partida. En la mateixa línia es troben les accions dedicades al màrqueting i la comunicació, que amb un 22,36% tripliquen el valor mitjà del conjunt i es troben en segona posició en quant a volum invertit, només superat per Sitges. La majoria del pressupost es concentra en només dos grups (77,62%), el que suposa una quantia destinada a la resta d'apartats bastant menor, no superant la mitjana de la resta de plans, exceptuant el bloc de medi ambient. Els valors oscil·len entre un 11,36% de la dotació d'equipaments al 2,53% de la millora d'accessos, passant per un 5,95% de la diversificació i enriquiment de l'oferta a un 2,54% assignat al medi ambient. Malgrat tot, el finançament ha estat repartit de forma bastant regular entres les diferents iniciatives, destacant la "Campanya Cambrils Vacances Familiars" amb un 11,20% (màrqueting i comunicació), la compra de mòduls de socorrisme amb un 9,55% (condicionament i millora de les platges) i els panells d'informació turística

**Capítol 8. Aplicació del mètode Delphi a l'estudi dels plans d'excel·lència turística del litoral català**

amb un 5,58% (dotació d'equipaments). En canvi, no s'ha fet cap actuació en els àmbits de formació, gestió i dinamització empresarial i recuperació urbanística. És de destacar la manca de pressupost en aquest últim apartat, malgrat ser el sector que té la mitjana d'inversions més elevada de tot el conjunt, amb un 29,56% (veure figura 8.49).

**Figura 8.49 Inversió per tipus d'actuacions comparada entre el conjunt dels plans i el Pla d'Excel·lència Turística de Cambrils (1999-2003)**



\* La gerència no és cap actuació però si forma part del pressupost global del Pla.

Font: Elaboració pròpia.

# CONCLUSIONS

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



## **CONCLUSIONS**

El litoral català, des dels camps d'arròs del Delta de l'Ebre fins als aiguamolls de l'Empordà, passant per les platges sorrenques de la Costa Daurada, les costes abruptes del Garraf, la metròpoli de Barcelona, l'estret litoral del Maresme, els penya-segats de la Costa Brava, és un territori que ha experimentat des de mitjans del segle XX una expansió turística sense precedents. De fet, durant la dècada dels seixanta i setanta, el volum de turistes va augmentar de forma considerable gràcies a un model de desenvolupament de masses, basat quasi exclusivament en un recurs simple com és sol i platja, preus baixos i productes estandaritzats. Tanmateix, a finals de la dècada dels vuitanta i principis dels noranta, el dinamisme experimentat per les destinacions turístiques, especialment dels nuclis madurs de sol i platja, va manifestar un procés d'estancament a conseqüència de les noves exigències del mercat, que requerien d'una millora global de l'espai turístic i productes més elaborats i singulars. Davant la pèrdua d'atractiu, l'administració pública ha articulat diferents polítiques i estratègies per millorar la competitivitat de les destinacions del litoral català.

En aquest sentit, la present recerca s'ha proposat demostrar com a objectiu principal la importància de la política turística com a via per a millorar la competitivitat de les destinacions del litoral català, seleccionant com instrument de referència el pla d'excel·lència, per ser la figura més representativa de l'acció pública sobre els espais turístics consolidats de sol i platja. Per altra banda, per conèixer l'impacte de la política turística sobre els municipis costaners catalans, s'ha plantejat com a necessari valorar el procés i la magnitud de les transformacions produïdes enfront els canvis, així com les estratègies generals de la iniciativa pública i les diferents mesures executades en funció de les particularitats de cada destinació.

En tot cas, en un territori complex i divers com és el litoral català, els resultats de la recerca han confirmat que les directrius i plans que conformen la política turística s'acaben traduint en diferents iniciatives i accions depenent de les particularitats pròpies i la vocació productiva de cada municipi. En aquest sentit, a partir de l'anàlisi factorial de components principals basada en una sèrie

d'indicadors socioeconòmics i turístics, s'han determinat sis grans tipologies de nuclis litorals catalans en funció de la seva especialització turística:

- Sense o amb poca especialització turística (40%).
- Especialitzats en turisme residencial (27,15%).
- Especialitzats en turisme residencial amb component hotelier (10%).
- Moderada especialització hotelera (11,42%).
- Especialitzats en turisme hotelier (2,86%).
- Especialització turístico-residencial (8,57%).

Entre altres coses, la distribució resultant referma la important vocació turística del litoral català, ja que el 60% dels municipis presenten algun tipus d'especialització turística i gairebé la meitat (45,72%) ho són amb component residencial, el que consolida aquesta modalitat com la base principal de l'activitat turística catalana. De totes maneres, no s'ha de menysvalorar tampoc la importància de l'oferta hotelera, ja que aquesta modalitat existeix amb diferents graus d'implantació en el 32,85% dels nuclis costaners.

Una vegada identificades aquestes tipologies de municipis, s'ha pogut detectar en base a la figura dels plans d'excel·lència turística, que localitats amb característiques similars acaben escollint les mateixes estratègies. Concretament, corresponen a municipis amb pla les destinacions amb moderada especialització hotelera (Sitges i El Vendrell), especialitzades en turisme hotelier (Lloret de Mar i Calella de Mar) i amb especialització turístico-residencial (Roses, Salou i Cambrils). Aquests nuclis formen part del grup de municipis amb l'estructura turística més consolidada del litoral català, perquè concentren la màxima especialització tant en la modalitat residencial com en l'hotelera o bé fonamenten el seu desenvolupament turístic a través de l'allotjament hotelier, que representa la modalitat més purament turística. Especialment significatiu és que tres dels sis municipis que integren la tipologia d'especialització turístico-residencial i que tots els que formen part de la categoria d'especialització en turisme hotelier han executat un pla d'excel·lència. De fet, les tres localitats

restants podrien haver optat per les seves característiques a la realització d'un pla, però en qualsevol cas és un tema més d'iniciativa municipal i de proposta turística que d'obligació. Aquest interès i voluntat d'utilitzar el pla d'excel·lència com a instrument per ajudar a reorientar el model turístic és el que han demostrat Sitges i El Vendrell, que malgrat tenir una menor especialització turística que les localitats dels dos grups anteriors, van ser els únics municipis del grup de moderada especialització hotelera que aconseguiren implantar aquest tipus d'iniciativa.

Aquesta investigació s'ha marcat també l'objectiu de reconèixer l'evolució de les destinacions del litoral català i les diferents respostes a la crisi del sector, mitjançant els dos marcs interpretatius més utilitzats en la investigació turística, el model del cycle de vida de les destinacions de Butler (1980) i l'aplicació de la teoria de la reestructuració als nuclis turístics per part d'Agarwal (2002). S'ha pres com a referència una mostra de dotze municipis del litoral català, els set que han realitzat un pla d'excel·lència i la resta d'entre els més importants per nombre de places turístiques (exceptuant Barcelona).

En relació a la teoria del cycle de vida i escollint com a indicador el nombre de places hoteleres, s'ha observat que existeixen entre les principals destinacions del litoral català tres tipus en relació al ritme de creixement i la potència turística:

- **Expansives:** Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou. Destaquen pel ràpid i potent desenvolupament hotelier, convertint-se en destinacions de referència a nivell internacional.
- **Progressives:** Roses, Castell-Platja d'Aro, Blanes, Sitges, Cambrils i Vila-seca. Estan caracteritzades per un desenvolupament hotelier més moderat i regular que les expansives, però sense assolir el mateix volum de places.
- **Estacionàries:** L'Escala, Calafell i El Vendrell. Presenten un reduït creixement de les places hoteleres, ja que el seu desenvolupament s'ha basat fonamentalment en les segones residències.

Aquests nuclis, malgrat assolir els canvis de cicle turístic amb diferents intensitats, han acabat experimentat les fases d'exploració, implicació, desenvolupament i consolidació, indicades per Butler. De la mateixa manera, que tots els municipis han passat pel període d'estancament o bé directament al declivi, optant des de finals dels noranta per diferents estratègies amb la finalitat de superar les debilitats del model. És el cas de Salou, Vila-seca i Cambrils, localitats de la Costa Daurada, que han aprofitat la sinèrgia d'una gran actuació d'impacte com és Port Aventura per rejuvenir-se. El Vendrell també ha començat un període de revitalització, no tant per l'efecte del parc temàtic, sinó per l'impuls local envers un turisme hotelier associat a la qualitat. Per contra, Roses, L'Escala, Castell-Platja d'Aro, Lloret, Blanes, Calella, Sitges i Calafell continuen, a pesar d'alguns intents de rejuveniment, en la fase d'estancament o de declivi, demostrant-se el valor de Port Aventura com a dinamitzador de l'activitat turística, ja que les destinacions més properes al seu entorn són les úniques que han aconseguit incrementar i millorar la seva planta hotelera.

És de destacar que totes les destinacions turístiques expansives i la meitat de les progressives han implantat un pla d'excel·lència turística, mentre que només un terç de les estacionàries l'han executat. Per tant, es demostra també que els municipis més desenvolupats turísticament del litoral, són aquells que han tingut al mateix temps la intenció i necessitat d'implantar aquest instrument per tal de superar la situació d'estancament o declivi en que s'havien situat a finals del vuitanta i principis dels noranta.

Finalment, s'ha constatat que la teoria de Butler proporciona una primera aproximació esquemàtica de la realitat turística del litoral català, no obstant, s'ha de tenir en compte que aplicar el model utilitzant el volum de places hoteleres només reflexa una part del fenomen turístic i no és suficient per avaluar tots els elements que configuren una destinació. Conseqüentment, s'ha considerat necessari introduir a l'anàlisi la visió complementària que ofereix l'aplicació de la teoria de reestructuració als nuclis turístics per part d'Agarwal (2002), perquè identifica des d'un plantejament més global les diverses transformacions que s'han produït en les destinacions turístiques davant la situació de crisi del sector. En aquest sentit, l'autora afirma que per mantenir l'activitat i l'eficàcia dels nuclis turístics en aquest moment de canvi es dissenyen tot un seguit d'estratègies:

especialització, millora de la qualitat, conservació, reposicionament, diversificació, professionalització, adaptació i col·laboració. Tanmateix, en aquesta recerca s'ha decidit utilitzar la proposta que Anton (2001) realitza sobre el litoral català, permetent sintetitzar la classificació d'Agarwal (2002) en tres generacions progressives d'estratègies: renovació, singularització i sostenibilitat.

S'ha pogut comprovar que diverses iniciatives d'entre les que componen les citades tres estratègies s'han dut a terme en les dotze destinacions de referència, però amb un clar lideratge per part d'aquelles que han desenvolupat un pla d'excel·lència turística:

- Renovació: reordenació urbana, planificació estratègica, dotació d'equipaments, requalificació de la planta hotelera i certificacions de qualitat.
- Singularització: creació d'equipaments recreatius (parcs aquàtics i temàtics), nova oferta esportiva (camps de golf i estacions nàutiques), de congressos (construcció de recintes especialitzats i ampliació de serveis als hotels), de salut (balnearis i activitats de Spa) i implantació de marques d'especialització (Destinació Turisme Familiar i Destinació Turisme Esportiu).
- Sostenibilitat: limitació del creixement urbanístic, recuperació i posada en valor dels recursos naturals i culturals, així com la implantació d'instruments de planificació i gestió turística sostenibles.

En relació a aquests tres blocs d'estratègies, si bé moltes vegades són executades de forma simultània, s'ha detectat que el conjunt d'accions incloses en l'àmbit de la renovació són les que han presentat un major grau d'implantació i despesa econòmica, ja que les destinacions han procurat resoldre en primer lloc les necessitats més bàsiques (reforma urbana, infraestructures, serveis, etc.). Pel que fa a l'efecte de les polítiques de singularització aplicades en el litoral català, s'observa un esforç important en presentar diferents iniciatives, però com ja s'ha manifestat, la prioritat de l'administració ha estat renovar l'espai turístic, mostrant-se encara aquestes accions massa incipients per provocar una transformació profunda. De totes maneres, la vinculació de la majoria d'aquestes mesures a la iniciativa privada (camps de golf, parcs aquàtics i temàtics, etc.) i la

capacitat de l'administració per captar-la, condiona el nivell d'èxit d'aquesta estratègia i les possibilitats de les destinacions per reconvertir el seu model turístic. Un dels casos més significatius, fa relació a la reconeguda importància de la col·laboració entre sector públic i privat per la instal·lació de Port Aventura i el posterior impacte sobre el territori d'aquest gran equipament, que es demostra com ja s'ha mencionat, amb el dinamisme adquirit per la Costa Daurada central envers altres zones de Catalunya. L'estratègia de la sostenibilitat és la més recent i com a tal és també la més difusa i fragmentària, ja que no tots els nuclis turístics han tingut la capacitat i/o la voluntat d'implicar-se totalment en aquestes accions, sobretot en relació a la protecció i recuperació del medi natural. No obstant, s'intueix en general un canvi de tendència, que conjuntament amb les iniciatives de singularització, contribueix a una menor dependència del sol i platja.

Per altra banda, és un fet que aquest conjunt d'estratègies executades a escala local estan influïdes per les directrius desenvolupades en el marc de la política turística estatal i catalana, les quals han intentat respondre a les necessitats de l'activitat en cada cicle. En aquest sentit, des de la recessió del sector de finals dels vuitanta i principis dels noranta, l'administració pública ha iniciat un canvi d'orientació envers la planificació i gestió del turisme, dissenyant nous plantejaments fonamentals per afrontar els canvis de la demanda i consolidar la posició de privilegi del litoral català en el mercat turístic internacional. En l'etapa inicial, l'objectiu va ser plantejar-se qüestions com la competitivitat del sector, la planificació integrada i la col·laboració entre administracions i amb l'empresa, que s'identificaven com els principals reptes i debilitats del turisme en aquell moment. Posteriorment, s'inclogueren com a principis bàsics la qualitat integral de la destinació, la diversificació dels productes i la desestacionalització de l'activitat. En l'actualitat, es manté una línia de continuïtat amb les polítiques anteriors per la seva contribució a la reestructuració de les destinacions, però es remarca la importància de l'estratègia de la sostenibilitat en el seu sentit més ampli (identitat cultural, revalorització del medi natural i equilibri territorial). A més, la manifesta transversalitat de l'activitat turística ha comportat que diferents polítiques a nivell europeu, estatal, autonòmic o local, malgrat no estar destinades específicament al sector turístic, hagin tingut també una influència notable sobre l'activitat.

Dins aquest context, el pla d'excel·lència turística ha constituït un avenç en la gestió i la reorientació de les destinacions turístiques, convertint-se en un dels temes d'anàlisi i discussió més importants d'aquesta recerca. Entre les aportacions més destacades d'aquesta iniciativa, es troba el foment de la corresponsabilitat i el lideratge de l'administració local, la millora global de l'espai turístic, la incorporació de criteris de sostenibilitat i la visió estratègica i planificadora aplicada a les destinacions.

Un dels elements més innovadors associats als plans d'excel·lència turística ha estat el lideratge de l'administració local a partir de la corresponsabilitat, entenent-se aquesta com la col·laboració de tots els agents implicats en la destinació. En aquest sentit, l'administració local ha assumit la responsabilitat a l'hora de decidir i dissenyar les actuacions, perquè es reconeixia que els ajuntaments són els que tenen la majoria de competències i els més propers a les necessitats dels turistes i residents. No obstant, com s'ha detectat, un dels factors que a priori havia de resultar positiu s'ha convertit alhora en una de les principals crítiques, ja que l'administració local dels municipis litorals catalans s'ha encarregat d'elaborar i materialitzar tots els projectes sense comptar amb la participació dels empresaris en les decisions del pla. De fet, el sector privat ha estat involucrat de forma més teòrica que real, perquè si bé han estat representats en les diferents comissions, només s'ha valorat la seva opinió en alguns temes puntuals. S'ha constatat que aquesta situació es dona en gran mesura pel model de finançament dels plans, el qual ha estat assumit íntegrament per les institucions públiques (Estat, comunitat autònoma i ajuntament) en les localitats del litoral català, però també pel limitat grau d'interacció entre les diferents associacions empresarials, atorgant a l'administració local una posició de força a l'hora d'elaborar el diagnòstic i decidir les iniciatives. Pel que fa a la cooperació entre administracions, es pot afirmar que ha quedat reduïda simplement a la realització de diferents reunions de seguiment i a l'ingrés puntual dels imports establerts. Mentre, la població local i sobretot el turista tampoc s'han vist gaire implicats en el procés de desenvolupament del pla, únicament es va crear a Calella de Mar el Consell Assessor i a El Vendrell els Plenaris, dues figures específiques per debatre les diferents iniciatives amb els residents, quedant el turista totalment oblidat en aquest procés. Per tant, es pot assegurar que els plans d'excel·lència turística

del litoral català no han facilitat els instruments i les accions adequades per superar el problema de la cooperació, tret de El Vendrell, que va crear la Promotora Turística, entitat públic-privada que pretén representar a tots els subsectors turístics que operen al municipi i l'entorn més pròxim.

En referència al paper dels plans en la millora global de l'espai turístic, s'ha observat la presència de diferents iniciatives en els municipis litorals catalans estudiats, la majoria encaminades a transformar la imatge i corregir els dèficits en infraestructures i serveis de les destinacions. Entre les actuacions més destacades en aquest àmbit es troben les vinculades a la recuperació urbanística (enderrocament d'hotels obsolets i la posterior construcció de places, remodelació de carrers, millora de passeigs marítics, etc.) i a la dotació d'equipaments (senyalització informativa i turística, il·luminació, construcció de noves oficines de turisme, etc.), on s'ha invertit el 54,64% del pressupost (29,56% i 25,08%, respectivament), considerant-se ja de menor importància (13,95%) les dirigides a la millora d'accessos i el condicionament de platges. En conclusió, gairebé un 70% de la inversió global dels plans s'ha dedicat a solucionar els problemes de qualitat heretats d'un creixement turístic massiu i desordenat, és a dir, s'ha donat prioritat a projectes propis del cicle de la renovació (veure Anton, 2001), que segons els experts, les administracions locals haurien d'haver desenvolupat amb anterioritat dins el seu pressupost ordinari, però que per manca de finançament no s'havien materialitzat. Al litoral català, els municipis amb més llarga tradició i especialització turística són els que han acumulat una necessitat més gran d'adequar i modernitzar el seu espai turístic, corresponent el major cost en aquest conjunt d'iniciatives a Lloret (83,68%), Salou (80,24%) i Calella (75,43%).

Malgrat tot, els plans han suposat una oportunitat per trencar la situació d'estancament d'alguns municipis i han obert el camí per canviar el model, començant-se a aplicar algunes accions (rehabilitació i musealització del patrimoni històric, la dinamització dels productes i la gestió mediambiental) destinades a la singularització i la sostenibilitat de les destinacions. De totes maneres, aquesta línia s'ha mostrat molt incipient, dedicant al desenvolupament d'aquestes estratègies tan sols un 14,14% del pressupost global i un pobre 1,01% al medi ambient en particular, quantia realment escassa davant la



tendència del turista i la població a valoritzar la cultura i el paisatge. En qualsevol cas, la distribució de la inversió en els municipis espanyols que han realitzat un pla d'excel·lència ha estat similar, amb aportacions econòmiques importants destinades a l'adequació de l'espai urbà (55,48%), i altrament menors (25,62%) a la creació i diversificació del producte. Tal vegada, si les destinacions del litoral català haguessin resolt a finals dels noranta els problemes més bàsics de l'espai turístic o bé la dotació econòmica dels plans hagués estat més elevada, l'impacte d'aquestes iniciatives al litoral català podria haver estat més ampli. Tanmateix, s'ha d'assenyalar que la inversió mitjana dels plans del litoral català equivalia a un 3,78% del pressupost municipal, per tant, tampoc era una suma econòmica significativa com per endegar grans polítiques de reestructuració, però com ja s'ha dit, si per corregir certs defectes i començar sinèrgies positives.

En aquest sentit, a pesar del pressupost limitat dels plans, la seva curta durada (tres o quatre anualitats), el caràcter puntual i finit de la majoria d'actuacions, aquests municipis han incorporat de forma tímida certes iniciatives amb l'objectiu de revitalitzar i dotar d'una nova visió estratègica a la destinació. A més a més, s'ha detectat que les destinacions amb moderada especialització hotelera són les que han aplicat un conjunt d'iniciatives més diversificades, concretament en El Vendrell i Sitges, on l'oferta i les estructures típiques del sol i platja són menys potents que en altres municipis, s'ha comprovat que la despesa en recuperació urbanística i dotació d'equipaments no ha estat tant important. Justament el contrari del que ha succeït a Lloret, Calella, Salou i Cambrils, localitats molt més especialitzades i dependents del sector, on la seva prioritat immediata ha estat solucionar els problemes heretats d'un desenvolupament massificat i poc ordenat.

Per tant, es pot afirmar que respecte als objectius plantejats per l'administració, els plans d'excel·lència turística del litoral català han evidenciat:

- Un excessiu protagonisme de l'administració local.
- La manca d'una fluïda col·laboració entre el sector públic i privat.
- El pla i les iniciatives han passat desapercibudes entre la població local i el turista, en molts casos perquè no sabien per qui estaven executades.

- La marcada orientació a millorar l'estructura urbana i els serveis.
- La poca incidència en la creació de producte i en el desenvolupament de polítiques sostenibles.
- L'escassa dinamització empresarial.
- La manca de fórmules d'organització i gestió turística compartida.
- La dificultat per donar continuïtat a les accions del pla i la limitada visió estratègica.

De totes maneres, els plans han obtingut una valoració final positiva, ja que:

- Han aportat una font de finançament complementària als ajuntaments.
- Han permès millorar la imatge de les destinacions.
- Han iniciat alguns projectes de singularització del producte.
- La Promotora Turística de El Vendrell ha esdevingut un exemple de les possibles fórmules de cooperació públic-privada.
- Han representat un punt de partida per la planificació i gestió de les destinacions.

En definitiva, i pel que s'ha argumentat en aquesta investigació, es confirma en primer lloc la hipòtesi general que en resposta als canvis produïts les administracions públiques han endegat diferents polítiques turístiques, quedant demostrat el seu valor en el procés de reestructuració turística de les destinacions litorals catalanes. També es confirmen les tres hipòtesis parcials de partida derivades de la hipòtesi general:

- No hi ha cap dubte que s'han produït destacades transformacions en el model de desenvolupament turístic de les destinacions litorals catalanes com a conseqüència de la crisi del turisme massiu de sol i platja.

- S'ha contrastat en aquesta anàlisi, tant des de la vessant qualitativa com quantitativa, l'existència d'actuacions d'intervenció diferenciades en funció de la diversitat de les destinacions turístiques al litoral català, definides per la intensitat de l'activitat i el model d'implantació territorial.
- És un fet comprovat pels resultats d'aquesta recerca, que els plans d'excel·lència turística han estat una oportunitat per algunes destinacions de sol i platja catalanes per reposicionar-se en el mercat. No obstant, s'ha observat que la profunditat del canvi depèn en bona mesura del model turístic de les destinacions i del tipus i diversitat de les iniciatives adoptades pels governs locals, ja que són els encarregats en última instància d'executar les directrius proposades per l'administració estatal i catalana.

Des del 2007, els plans d'excel·lència turística han deixat d'existir en resposta a les mancances detectades en aquest instrument, sent substituïts pels plans de dinamització del producte i els plans de rehabilitació d'equipaments i entorns naturals i urbans, amb la finalitat de clarificar i diferenciar els objectius al quals van dirigits. En aquest context i de cara al futur, s'obre una nova línia de treball, analitzar l'impacte d'aquests dos nous instruments sobre les destinacions.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## **BIBLIOGRAFIA**

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

## BIBLIOGRAFIA

### PUBLICACIONS CIENTÍFIQUES

AGARWAL, S. (1997a), "The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity ", *Tourism Management*, 18: 65-73.

- (1997b), "The public sector: planning for renewal", en SHAW, G. i WILLIAMS, A., *The rise and fall of british coastal resorts. Cultural and economic perspectives*, London: Tourism, Leisure & Recreation, 117-158.

- (1999), "Restructuring and local economic development: implications for seaside resort regeneration in southwest britain", *Tourism Management*, 20: 511-522.

- (2002), "Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle", *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 25-55.

AGARWAL, S. i SHAW, G. (2007), *Managing coastal resorts. A global perspective*, Aspects of Tourism; 34. Clevedon: Channel View Publications.

AGUILÓ, E. et al. (2002), *La fase de post-estancamiento de un destino turístico. Dressing up to screen the same blowsy tart*, Madrid: Tribuna FITUR- Jorge Vila Fradera.

ANTON, S. (1993), "Consideraciones sobre la reordenación y revitalización de núcleos turísticos. Revisión de procesos y experiencias", *Papers de Turisme*, 11:33-47.

- (1997), *Diferenciació y reestructuració de l'espai turístic*. Tarragona: El Mèdol.

- (2001), "Les estratègies del turisme litoral català", en *El futur del turisme de litoral a Catalunya al segle XXI*, Congrès de Turisme de Catalunya, celebrat a Girona el 11 de gener 2001.

- (2002), "El model turístic de Catalunya enfront les noves tendències de la demanda", *Revista de Geografia*, 1:119-128.

- (2004 a), "De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral", *Papeles de Economía Española*, 102: 316-333.

- (2004 b), "Demanda turística i protecció del litoral: un horitzó possible", *Papers Regió Metropolitana de Barcelona*, 41:69-84.

ARCARONS, R. (2002), *El procés de convergència de les polítiques turístiques de la Unió Europea*, Tesi Doctoral, Universitat de Barcelona ([www.tesisexarxa.net](http://www.tesisexarxa.net)), consultat el febrer de 2007.

- (2003), "La llei de turisme de Catalunya: necessitat o problema", *III Seminari de Turisme Rural*, celebrat a Castellfollit el 8 desembre de 2003.

ASENSIO, D. i MORER, J. (2002), "La ciutadella ibèrica de Calafell: balanç d'un cas de gestió privada d'un jaciment arqueològic muesalitzat (1998-2003)", en *Actas II Congreso internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos: nuevos conceptos y estrategias de gestión y comunicación*. Barcelona.

BARREDA, P. (1996), *Platja d'Aro (Fanals d'Aro)*. Girona: Quaderns de la Revista de Girona, Monografies Locals, 36.

BAS, J.P. i GOMÀ, C. (2001), "Despesa turística i mètode Delphi", *Avanç Temporada Turística 2001*, Barcelona: Estudis Turisme de Catalunya. Disponible en <http://www.gencat.cat>, consultat el desembre de 2004.

BENABENT, M. (1999), "La ordenación del territorio en España. Una función aún por consolidar", *Cuadernos Económicos de Granada*, 2: 58-71.

BETANCORT, B. i FERNÁNDEZ, H. (2002), *Determinante de la competitividad de un destino turístico: los casos de Puerto del Carmen, Costa Teguise y Playa Blanca*. Proyecto dentro del Master Universitario en Dirección de Empresas Turísticas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

BLANCO, F. (1998), "Descentralización y cooperación interadministrativa en el turismo español. Proceso, instrumentos y propuestas de futuro", *Estudios Turísticos*, 137: 67-86.



- BOIX, L. i MARQUÈS, T. (1995), *L'Escala*. Barcelona:Viena.
- BOTE, V. i MARCHENA, M. (1996), "Políticas turísticas", en PEDREÑO, A. (dir), *Introducció a la Economía del Turismo en España*. Madrid:Civitas.
- BRAMWELL, B. (2004), *Coastal mass tourism: diversification and sustainable development in southern Europe*, Clevedon: Aspects of Tourism, 12. Channel View Publications.
- BRUGUÉ, Q. i GOMÀ, R. (coord.) (1998), *Gobiernos locales i polítiques públiques bienestar social, promoció econòmica i territori*. Barcelona: Ariel.
- BRUGUÉ, Q. et al. (2000), "Polítiques públiques locals necessitats i plantejaments emergents", *Elements de Debat Territorial*, 8: 5-34.
- BRUNET ESTARELLAS, P.J. et al. (2005), "Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico", en *Boletín de l'A.G.E*, 39: 201-226.
- BRUNET ICART, I. et al. (2002), *Tècniques d'investigació social. Fonaments epistemològics i metodològics*. Barcelona: Pòrtic.
- BUSWELL, R.J. (1996), "Tourism in the Balearic Islands", en BARKE, M.; TOWNER, J. i NEWTON, M.T., *Tourism in Spain. Critical issues*. Wallingford: CAB International: 309-339.
- BUTLER, R. (1980), "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.
- (2006a), *The tourism area life cycle: Applications and modifications* (Vol.1), Clevedon: Channel View Publications, Aspects of Tourism, 28.
- (2006b), *Conceptual and theoretical issues* (Vol.2), Clevedon: Channel View Publications, Aspects of Tourism, 29.
- CALS, J. (1991), "La industria turística de Catalunya y sus dificultades", *Economistas* 48: 20-22.
- CALLIZO, J. (1991), *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid: Síntesis.

CAMISÓN, C. i MONFORT, V. (1998), "Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: El caso de la Costa Blanca", *Estudios Turísticos*, 135: 5-28.

CANALIS, X. (2002), "Aprovada la nova Llei de Turisme que marcarà el futur del sector", *Editur Catalunya*, 86: 2-4.

CANTO, C. et al. (1988), *Trabajos prácticos de geografía humana*. Madrid: Síntesis.

- (2005), "Los nuevos planes de dinamización. De palanca de destinos, a promoción de productos", *Editur Espanya*, 2.354/2.355: 22-27.

CHADEFAUD, M. (1987), *Aux origines du tourisme dans les pays (Du mythe à l'espace: un essai de géographie historique)*. Département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Pau.

CHOY, D. (1992), "Life cycle models for Pacific island destinations", *Journal of Travel Research*, 30 (3):6-31.

CIRERA, A. i VÉLEZ, C. (2000), *Guía para la evaluación de políticas públicas*, Sevilla:Instituto de Desarrollo Regional.

CLEGG, A. i ESSEX, S. (2000), "Restructuring in tourism: the accomodation sector in a Major British Coastal Resort", *Intenational Journal of Tourism Research*, 2: 77-95.

CONSULTUR (1997), *Evaluación del Plan de Excelencia Turística de Vall de Boí* (document executiu).

CONSULTUR (2000), *Evaluación y elaboración de un sistema de seguimiento de los planes de excelencia i dinamización turística* (document executiu).

COOPER, C. (1992), "The life cycle concept and strategic planning for coastal resorts", *Built Environment*, 18 (1): 57-66.

COOPER, C. i JACKSON, S. (1989), "Destination life cycle. The Isle of Man case study", *Annals of Tourism Research*, 16: 377-398.

COOPER, C. (1997), "Parameters and indicators of the decline of the British seaside resort", en SHAW, G. i WILLIAMS, A., *The rise and fall of British Coastal Resorts*. London: Tourism, Leisure & Recreation, Cultural and economic perspectives: 79-101.

COROMINES, E. i SOLÀ, P. (1990), *Debat urbanístic sobre la Costa Brava*, Girona: Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Demarcació de Girona.

CORTÉS, I. (2008) " Which type of tourism matters to the regional economic growth?. The cases of Spain and Italy", *International Journal of Tourism Research*, 10: 127-139.

CROUS, J. (1994), *Cronologia història del segle III a.C.-s. XX i l'Hospital de Sant Jaume 1423-1993*. Blanes: Ajuntament de Blanes.

CURTIS, S. (1997), "Rejuvenating holiday resorts a Spanish case study", *Travel & Tourism Analyst*, 2: 77-93.

DEBBAGE, K. (1990), "Olygopoly and the resort cycle in the Bahamas", *Annals of Tourism Research*, 17: 513-527.

DOMÈNECH, J. (1992), *Lloret de Mar*, Girona: Quaderns de la Revista de Girona, Monografies locals, 38.

DONAIRE, J. A. (1998), "La reconstrucción de los espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo", *Sociedade e Território*, 28.

DONAIRE, J. A.; FRAGUELL, R. i MUNDET, LL. (1997), "La Costa Brava ante los nuevos retos del turismo", *Estudios Turísticos*, 133: 77-96.

DONAIRE, J.A i MUNDET, LL. (2001), "Estrategias de reconversión de los municipios litorales catalanes", *Papers de Turisme*, 29: 50-68.

FAYOS-SOLÁ, E. (1996), "La Nueva Política Turística", en *Arquitectura y turismo: planes y proyectos*, Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori, UPC: 59-70.

FERNÁNDEZ, A. (1999), "El Plan Marco de Competitividad", en BAYÓN, F., *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces: 401-420.

FRANCE, L. (1991), "An application of the tourism destination area life cycle to Barbados", *Revue de Tourisme*, 46 (3): 25-30.

GARROD, B. i FYALL, A. (2000), "Managing Heritage Tourism", *Tourism Management*, 27(3): 682-708.

GÓMEZ, B. (2000), "Los productos turísticos del litoral. Calella de Mar", en AECIT, *La actividad turística española en 2000*. Madrid: AECIT: 477-481.

GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2000 a), *El Vendrell, de poble a ciutat*. Vendrell: Ajuntament del Vendrell.

- (2000 b), *Procés d'urbanització i espais turístics residencials. Transformacions metropolitanes al sector septentrional de la Costa Daurada: Calafell, Cunit i El Vendrell*. Tesi Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona.

GONZÁLEZ SERRANO, M.J. (2002), "Los planes de excelencia y dinamización en el turismo español", ponència en *I Congreso nacional de planes de excelencia i dinamización turística*, celebrat a El Vendrell durant els dies 16 i 17 d'octubre de 2002.

GORDON, I. i GOODALL, B. (1992), "Resort cycles and development process", *Built Environment*, 18: 41-56.

GREEN, H.; HUNTER, C. i MOORE, B.(1990), "Assessing the environment impact of tourism development", *Tourism Management*, 11(2): 110-120.

HAIR, J.F. et al. (1999), *Análisis multivariante*. Madrid: Prentice-Hall.

HAYWOOD, M. (1986), "Can he tourist area cycle of evolution be made operational?", *Tourism Management*, 7:154-167.

HILDENBRAND, A. (1999), "Política territorial y desarrollo regional en España y Europa". *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, 122: 785-807.

- HOVINEN, G. R. (1981), "A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania", *The Canadian Geographer*, 25 (3): 283-286.
- IOANNIDES, D. (1992), "Tourism development agents. The Cypriot resort cycle", *Annals of Tourism Research*, 19: 711-731.
- IOANNIDES, D. i DEBBAGE, K. (1998), "Neo-fordism and flexible specialization in the travel industry", en IOANNIDES, D. i DEBBAGE, K., *The economic geography of the tourist industry*. London: Routledge: 99-122.
- IVARS, J. A (2002), "Política local y gestión de los espacios turísticos", en *La Geografía y la Gestión del Turismo*, Actas VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Universidad de Santiago de Compostela:17-55.
- (2003), *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Madrid: Síntesis.
- KAYNAK, E. i MACAULAY, A. (1984), "The Delphi Technique in the measurement of tourism market potential", *Tourism Management*, 5 (2): 87-101.
- KNOWLES, T. i CURTIS, S. (1999), "The market viability of european mass tourist destinations: a post-stagnation lifecycle analysis", *International Journal of Tourism Research*, 1: 87-96.
- LARRUBIA, R. i LUQUE, A.M<sup>a</sup>. (2001), "Las estrategias para la excelencia y la calidad turística en los destinos maduros. El caso de la provincia de Málaga". *BAETICA, Estudios de Arte, Geografía e Historia*, 23: 75-118.
- LIU, J. (1988), "Hawaii tourism to the year 2000", *Tourism Management*, 9 (4): 279-290.ç
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1996) " L'estructura espacial del turisme litoral al món i a la mediterrània" en DONAIRE, J.A., FRAGUPELL, R.M i MUNDET, LL. *Turisme. Territori i estratègies de desenvolupament*, Actes de les Jornades sobre el Turisme en Espais Naturals. Girona: Universitat de Girona: 33-51.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999), "Diez hipótesis sobre el turismo en España", en *Professor Joan Vilà Valentí*. Barcelona: Colección Homenajes, Servei de Publicacions Universidad Barcelona: 1061-1076.

- "La Ley de Turismo de Cataluña, un nuevo instrumento en la evolución de la política turística", *Cuadernos Geográficos*, 34: 33-53.

LUNDTORP, S. i WANHILL, S. (2001), "Resort life cycle theory: generating processes and estimation", *Annals of Tourism Research*, 28 (4): 947-964.

MARCHENA, M. (1994), "Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo <<fordista>> al ocio de producción flexible", *Papers de Turisme*, 14-15: 79-94.

MARCHENA, M. i VERA, J.F. (1995), "Coastal areas: processes, typologies and prospects" en MONTANARI, A. i WILLIAMS, A., *European tourism. Regions, spaces and restructuring*. Chichester: John Willey & Sons Ltd: 111-126.

MARTÍN GONZÁLEZ, E. et al. (199?), *Notes històriques sobre Segur de Calafell*. Calafell: Ajuntament de Calafell.

MARTÍN LATORRE, E. et al. (2002), "Propuesta metodológica para la evaluación del impacto de las actuaciones de los planes de excelencia i dinamización turística", en BLANQUER, D. (dir.), *La Diversificación y la Desestacionalización del Sector Turístico*, Actas IV Congreso de Turismo, Universidad y Empresa, València : Tirant lo Blanch: 601-622.

MAZÓN, T. (2001), *Sociología del turismo*, Madrid: Colección de Estudios Turísticos. Centro De Estudios Ramón Areces, S.A.

MEMBRADO, J. (2002), *Innovación y mejora continua según el modelo E.F.Q.M. de excelencia*, Madrid: Ed. Díaz de Santos.

MEYER-ARENDT, K.J. (1985), "The Grand Isle, Louisiana resort cycle", *Annals of Tourism Research*, 12: 449-465.

MIGUELSANZ, A. (1983), *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència.

- MILLER, G. (2001), "The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers", *Tourism Management*, 22 (4): 351-362.
- MIOSSEC, J.M. (1977), "Une modèle de l'espace touristique", *L'Espace Géographique*, 6(1): 41-48.
- MONFORT, V. (2000), "La política turística: una aproximación", *Cuadernos de Turismo*, 6: 8-27.
- MONTANARI, A. i WILLIAMS, A. (1995), *European tourism. Regions, spaces and restructuring*, Chichester: John Willey & Sons Ltd.: 111-126.
- MORGAN, M. (1991), "Dreesing up to survive", *Tourism Management*, 12:15-20.
- MUNDET, LL. (2000), "De l'estiueig dels forasters a la invasió dels visitants", *Revista de Girona*, 200:107-116.
- NAVARRO, E. (2000), *Aplicaciones metodológicas para la evaluación de la capacidad de carga turística de la Costa del Sol Occidental: Infraestructuras y percepción de la demanda*. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga.
- NEL·LO, M.G i BEAS, L. (2006) "Análisis de las características de los planes de excelencia", en LACOSTA, A.J., *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?*, Actas IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio i Recreación. Zaragoza. Prensas Universitarias de Zaragoza: 525-548.
- NOLLA, J.M. (2002), *La vil·la romana de Pla de Palol. Un establiment excepcional a Platja d'Aro*, Girona: Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona.
- OBIOL, E.M. (1998), "El Plan de Modernización y Excelencia Turística (PMET) de Gandía y Peñíscola (País Valenciano). Una aproximación a su análisis y evolución", en OLIVERAS, J. i ANTÓN, S., *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Actas V Jornadas de Geografía del Turismo. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. Unitat de Geografia. Grup d'Estudis Turístics: 353-364.

OGLETHORPE, M. (1984), "Tourism in Malta, a crisis of dependence", *Leisure Studies*, 12:449-465.

OLIVER, J. (2004), "El model turístic de la Costa Brava a l'inici del segle XXI: estació d'enllaç o final d'etapa?", *Debat Costa Brava* (www.debatcostabrava.org).

PARÈS, A. (2003), "La vila de Sitges en quatre pinzellades", en MATEOS, R., *Història del Garraf*. Sitges: Ajuntament de Sitges.

PEARCE, D. (1988), *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. Méjico: Trillas.

PICORNELL BAUZÀ, C. i PICORNELL CLADERA, M. (2002), "L'espai turístic de les Illes Balears. El cicle de vida d'una àrea turística? evolució i planificació a la darrera dècada.", en PICORNELL CALDERA, M. i GOMÀ, A. M<sup>a</sup>, *L'espai turístic*. Palma de Mallorca: Institut d'Estudis Ecològics: 31-96.

PLOG, S.C. (1973), "Why destination areas rise and fall in popularity", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quartely*, nov:13-16.

POLLARD, J. i DOMINGUEZ, R. (1993), "Tourism and Torremolinos. Recession or reaction to environment", *Tourism Management*, 12 (4): 247-258.

POON, A. (1994), "The <<new tourism>> revolution", *Tourism Management*, 15(2):91-92.

PORTER, M. (1980), *Competitive strategy techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.

- (1985), *Competitive advantage creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.

PRIESTLEY, G.K. (1984), "Sitges Playa de Oro: la evolució de la industria turística hasta 1976", en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 5: 47-74.

- (1995), "Problems of tourism development in Spain", en COCCOSSIS, H. i NIJKAMP, P., *Sustainable Tourism Development*. Hamsphire: Avebury: 187-198.



PRIESTLEY, G. K. i LLURDÉS, J.C. (2007), *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*, Cerdanyola del Vallés: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.

PRIESTLEY, G. K. i MUNDET, LL. (1998), "The post-stagnation phase of the resort cycle", *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 85-111.

PUJADAS, R. i FONT, J. (1998), *Ordenación y planificación del territorio*. Madrid: Síntesis.

RICHARDS, G. i WILSON, J (2006) "The creative turn in regeneration: creative spaces, spectacles and tourism in cities" en SMITH, M., *Tourism, culture and regeneration*. Wallingford: CABI PUB.: 12-24.

SANCHO, A. et al. (1998), *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.

- (2001), *Apuntes de metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid: OMT.

SANTACANA, J. (2005), *Historia de Calafell. El segle XX, entre la pesca i l'especulació*, Calafell: Raventós-Suau, Col·lecció: Llibres de Matrícula.

SANTALÓ, J. (2001), *Roses 1875-1975 del model comercial a la revolució turística*, Roses: Ajuntament de Roses.

SENDÍN, M.A.; CUESTA, M. i DONAIRE, J.A. (1999), "Los productos turísticos del litoral", en AECIT, *La actividad turística espanyola en 1999*, Madrid: AECIT: 456-464.

SHAW, G. i WILLIAMS, A. (1997), *The rise and fall of british coastal resorts. Cultural and economic perspectives*. London: Tourism, Leisure & Recreation.

SMITH, R.A. (1992), "Beach resort evolution: implications for planning", *Annals of Tourism Research*, 19 (2): 304-322.

SOLER, G. (1995), *L'estiueig a Catalunya, 1990-1950*. Barcelona: Edicions 62.

STRAPP, J.D. (1988), "The resort cycle and second home", *Annals of Tourism Research*, 15: 504-516.

- SUBIRATS, J. (1994), *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*, Madrid: Instituto Nacional de la Administración Pública,.
- TEN, J. (2004), *Calella 50 anys pioners en turisme vacacional 1953-2003*, Calella de Mar: Ajuntament Calella.
- THR (2004), *Estudio sobre la demanda extranjera de golf: la promoción y comercialización del turismo de golf en Espanya*. Madrid: Turespaña, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- URRY, J.(1990), *The tourist gaze*. London: London Sage Publications.
- VALDÉS, L. (2004), "La política turística de la Unión Europea", *Quaderns de Política Econòmica*, 7: 114-134.
- VALENZUELA, M. (1998), "Spain: from phenomenon of mass tourism to the search for a more diversified model", en WILLIAMS, A. i SHAW, G., *Tourism and economic development. European experiences*. Chichester: John Willey & Sons Ltd.: 43-74.
- VELASCO, M. (2004), *La política turística gobierno y administración turística en España*, València: Tirant lo Blanch.
- VÉLEZ, C. (s.d), *La evaluación de políticas públicas en España*, disponible en [http://www.internationalevaluation.com/resources/case\\_studies.shtml](http://www.internationalevaluation.com/resources/case_studies.shtml), consultat el 16 de juny de 2006.
- VERA, J.F. (1994), "El modelo turístico del mediterráneo espanyol: agotamiento y estrategias de reestructuración", *Papers de Turisme*, 14-15: 131-147.
- VERA, J.F i MONFORT, V. (1994), "Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana", *Estudios Turísticos*, 123: 17-45.
- VERA, J.F. et al. (1995), "El turismo del litoral", en AECIT, *La actividad turística espanyola en 1995*, Madrid: AECIT: 560-567.

VERA, J.F. et al. (1999), "Los productos turísticos del litoral. Ejemplos de casos concretos", en AECIT *La actividad turística española en 1999*, Madrid: AECIT: 456-464.

VERA, J.F. et al. (1997), *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.

WEAVER, D.B. (1990), "Grand Cayman Island and the resort cycle concept", *The Journal of Travel Research*, 29 (2): 9-15.

WILLIAMS, M.T. (1993), "An expansion of the tourist site cycle model: the case of Minorca (Spain)", *The Journal of Tourism Studies*, 4 (2): 24-32.

WILKINSON, P.F. (1987), "Tourism in small island nations: a fragile dependence", *Leisure Studies*, 26 (2): 127-146.

## FONTS DOCUMENTALS

AJUNTAMENT DE BLANES (2004), *Pla de Desenvolupament de Turisme Sostenible*, disponible en <http://www.blanespromocio.cat/>, consultat 20-2-2007.

AJUNTAMENT DE CALELLA DE MAR (2000), *Butlletí de Calella Excel·lència*, 2.

AJUNTAMENT DE CALELLA DE MAR (2005), *Pla d'Ordenació Urbana de Calella*, disponible en <http://www.calella.cat/>, consultat 18-2-2007.

AJUNTAMENT DE CAMBRILS (2004), *Agenda 21 de Cambrils*, disponible en <http://www.cambrils.org/>, consultat 6-3-2007.

AJUNTAMENT DE CALELLA DE MAR, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1998-2001)*.

AJUNTAMENT DE LLORET DE MAR, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1999-2002)*.

AJUNTAMENT DE LLORET DE MAR (2006), *Pla d'Ordenació Urbana de Lloret de Mar*, disponible en <http://www.lloret.org/poum/>, consultat 15-2-2007.

AJUNTAMENT DE ROSES (2006), *Pla d'Ordenació Urbana Municipal de Roses*, disponible en <http://www.roses.cat/>, consultat 18-2-2007.

AJUNTAMENT DE SALOU (2003), *Pla d'Ordenació Urbana Municipal de Salou*, disponible en <http://www.salou.org/>, consultat 18-2-2007

AJUNTAMENT DE SITGES (2006), *Pla d'Ordenació Urbana de Sitges*. (Suport electrònic, CD publicat per Ajuntament Sitges).

AJUNTAMENT DE VILA-SECA (2006), *Butlletí d'Informació Municipal de Vila-seca*, 6.

AJUNTAMENT DE EL VENDRELL (2002), *Pla d'Excel·lència Turística Informa de El Vendrell*, 1.

CONFERÈNCIA MUNDIAL DE TURISME SOSTENIBLE (1995), *Carta mundial de turisme sostenible de Lanzarote*. Illes Canàries.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1982), "Per una Política Comunitària de Turisme. Primeres Orientacions", *Boletín de las Comunidades Europeas*. Suplement: 4/82.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1982), "La Comunitat Europea i el Turisme", *Boletín de las Comunidades Europeas*. Suplement: 4/82

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1986), "Acció Comunitària en el Sector del Turisme", *Boletín de las Comunidades Europeas*. Suplement: 4/86

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1991), "Pla de Mesures Comunitàries a Favor del Turisme", Brussel·les: *COM (91) 97 final*.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1995), "El Paper de la Unió en Matèria de Turisme. Llibre Verd de la Comissió", Brussel·les: *COM (95) 97 final*.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (1996), "Proposta de Decisió del Consell sobre un primer programa plurianual en favor del turisme europeu, PHILOXENIA (1997-2000)", Brussel·les: *COM (96) 168 final*.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (2001), "Un Marco de Cooperación para el Futuro del Turismo Europeo", Brussel·les: *COM (2001) 665 final*.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (2003), "Orientacions Bàsiques per a la Sostenibilitat del Turisme Europeu", Brussel·les: *COM (2003) 716 final*.

COMISSIÓ DE LES COMUNITATS EUROPEES (2006), "Una Nova Política Turística en la UE. Cap a una major col·laboració en el turisme europeu", Brussel·les: *COM (2006) 134 final*.

COMISSIÓ EUROPEA (2000), *Per un turisme litoral de qualitat. Gestió integrada de la qualitat de les destinacions turístiques litorals*. Brussel·les

COMISSIÓ EUROPEA (2004), *Mecanismes Comunitaris de Suport a les Empreses Turístiques i a Destinacions Turístiques*. Brusel·les.

CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA (1978), disponible en <http://www.congreso.es/funciones/constitucion/indice.htm>, consultat 18-12-2006.

DEPARTAMENT DE COMERÇ, TURISME I CONSUM, *Hotels: Catalunya Guies 1991, 1994, 1996, 2001 i 2004*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE COMERÇ, CONSUM I TURISME (1995), *Pla de reforçament de la competitivitat del càmping a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE COMERÇ, TURISME I CONSUM (2004), *Anuari d'oferta de recursos intermedis*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, <http://www.gencat.net/ctc/turisme/>, última consulta 20-06-2008.

DEPARTAMENT DE COMERÇ, TURISME I CONSUM (2006), *Pla Estratègic del Turisme a Catalunya 2005-2010*, disponible en <http://www.gencat.net/ctc/turisme/>, consultat 12-06-2007

DEPARTAMENT D'INNOVACIÓ, UNIVERSITATS I EMPRESA (2007), "Convocatòria per a la concessió d'incentius en l'àmbit del Pla de Desenvolupament Turístic", *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, núm. 4.902.

DEPARTAMENT DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES (2005), *Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (PDUSC)*, disponible en <http://www10.gencat.net/ptop>, última consulta 20-06-2008.

DEPARTAMENT DE TREBALL I INDÚSTRIA DE CATALUNYA (2004), *Atur registrat i demandes d'ocupació 2004*. Observatori de Treball, Generalitat de Catalunya (<http://www.gencat.net/treballindustria>), consultat 13-5-2006.

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (1998), *Planes de excelencia y dinamización turística*. Madrid: Dirección General de Turismo.

ESTATUT D'AUTONOMIA DE CATALUNYA (1979 i 2006), disponible en <http://www.gencat.net/generalitat/cat/estatut/index.htm>, consultat 18-12-2006.

ESTUDIS DE TURISME DE CATALUNYA (2005), *Catalunya turística en xifres. Generalitat de Catalunya*. Disponible en <http://www.gencat.cat>, última consulta 20-06-2008.

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (Idescat), *Cens de Població i d'Habitatges del 1991 i del 2001*, disponible en <http://www.idescat.cat>, última consulta 23-09-2008.

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (Idescat), *Padró 2004*, disponible en <http://www.idescat.cat>, última consulta 23-09-2008.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2005), *Empleo en el sector turístico 2005*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es/>, consultat 1-02-2007.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2006), *Movimientos turísticos de los españoles (Familitur) 2006*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Disponible en <http://www.iet.tourspain.es/>, última consulta 20-06-2008.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2006), *Movimientos turísticos en fronteras (Frontur) 2006*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es/>, última consulta 20-06-2008.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE), *Censo de Población y Vivienda del 1960,1970, 1981, 1991 y 2001*, disponible en <http://www.ine.es>, última consulta el 12-06-2008 .

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE), *Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros* (format disquet), des del 1975 fins el 1998. A partir del 1999, Encuesta de Ocupación Hotelera, disponible en <http://www.ine.es>, última consulta el 12-06-2008.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2007), *Documentos Únicos de Programación de Cataluña, Valencia, Murcia, Andalucía, Baleares i Canarias (2000-2006)* , disponible en <http://www.meh.es/>, consultat 20-03-2007.

MINISTERIO DE INDÚSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (2007), *El gobierno aprueba el Plan de Turismo Español Horizonte 2020*, en Notas de Prensa, disponible en <http://www.mityc.es>, consultat 8-11-2007.

MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGIA (2003), *Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2004-2007 I+D+I*, disponible en <http://www.mec.es>, consultat 8-04-2008.

MINISTERIO DE EDUCACIÓ, POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTE (2007), *Programa de Vacaciones para Mayores y para Mantenimiento del Empleo en Zonas Turísticas. Temporada 2007-2008*, Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), disponible en <http://www.seg-social.es>, consultat 20-04-2008.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2008), *Listado de Normativa de Espacios Naturales Protegidos*, disponible en <http://www.mma.es> (Actualización 30 junio 2007), consultat 20-04-08.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2008), *Listado de Instrumentos de Ordenación Territorial*, disponible en <http://www.mma.es> (Actualización 1 marzo 2008), consultat 08-04-08.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2007), "Estrategias para la Defensa del Dominio Público Marítimo Terrestre. Programa de Adquisición de Fincas", en *Ambienta*, febrero 2007, nº 63.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2007), *Plan Estratégico de Ciudadanía e Integración (2007-2010)*, disponible en <http://www.mtas.es>, consultat 20-04-2008.

MONITOR COMPANY (1992), *El Reforzamiento de l'Avantatge Competitiu del Sector Turístic a Catalunya*. Barcelona: Departament de Consum, Comerç i Turisme, Generalitat de Catalunya (Document de Síntesis).

PARLAMENT EUROPEU (2005), "Sobre les Noves Perspectives i els Nous Reptes per un Turisme Europeu Sostenible" (2004/2229, INI).

PATRONAT DE TURISME DE CAMBRILS, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de Cambrils (1999-2003)*.

PATRONAT DE TURISME DE SALOU, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de Salou (1999-2003)*.

PATRONAT DE TURISME DE EL VENDRELL, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell (2001-2005)*.

PATRONAT DE TURISME DE SITGES, *Recull de documentació del Pla d'Excel·lència Turística de Sitges (2003-2006)*.

PRESIDÈNCIA DEL CONSELL DE LA UNIÓ EUROPEA (1997), *L'Ocupació i el Turisme. Orientacions per a l'Acció*. Luxemburg.

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO, *Guía Oficial de Hoteles de España*, Madrid:Turespaña (Anualidades 1959,1961,1962 i des del 1964 al 2005).

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1990), "Libro Blanco del Turismo Español", *Estudios Turísticos*, 108: 3-60.

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1992), *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.



SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1996), *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (1997), *Plan de Estrategias y Actuaciones de la Administración General del Estado en Materia Turística*. Madrid: Ministerio de Economía y Hacienda.

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO (2000), *Plan Integral de Calidad del Turismo Espanyol (2000-2006)*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, disponible en <http://www.mcx.es/turismo/picte2000>, consultat 15-01-2005.

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO (2007), *Plan de Turismo Español Horizonte 2020, Plan de Turismo Espanyol 0812* (document executiu) disponible en <http://www.turismo2020.es>, consultat 20-11-2007.

STATISTICAL OFFICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (EUROSTAT), Estadístiques sobre turisme, diponible en <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>.

## FONTS LEGALS

- Ley del Régimen del Suelo y Ordenació Urbana de 12 de mayo de 1956.
- Ley 19/1975, de 2 de mayo, de Reforma de la Ley sobre el régimen del suelo y ordenación urbana, de 12 de mayo de 1956.
- Ley 28/1969, de 26 de abril, sobre Costas.
- Ley 15/1975, de 2 de mayo, de Espacios Naturales Protegidos.
- Orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de 11 de mayo de 1982, sobre Repoblación Marítima.
- Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Llei 8/1987, de 15 d'abril, de Règim Local de Catalunya.

- Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas.
- Ley 2/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres.
- Llei 1/1990, de 8 de gener, de Disciplina del Mercat i de Defensa dels Consumidors i dels Usuaris.
- Directiva 92/43/CEE de Conservació dels Hàbitats Naturals i de la Flora i Fauna Silvestre.
- Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor a Catalunya.
- Llei 8/2005, de 8 de juny, de Protecció, Gestió i Ordenació del Paisatge.
- Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.
- Llei Municipal i de Règim Local de Catalunya (1987).
- Lleis Generals Autònòmiques d'Ordenació del Turisme:
  - Andalusia, Llei 12/1995, del 15 de desembre.
  - Aragó, Llei 6/2003, del 27 de febrer.
  - Astúries, Llei 7/2001, del 22 de juny.
  - Balears, Llei 2/1999, del 24 de març (modificada per la Llei 9/2002, del 12 de desembre).
  - Canàries, Llei 7/1995, del 6 d'abril, la qual ha patit diverses modificacions:
    - Llei 7/1997, de 4 de juliol, que modificat la Llei 7/1995.
    - Llei 5/1999, de 15 de març, que modifica la Llei 7/1995.
    - Llei 6/2001, de 23 de juliol, mesures urgents d'ordenació del territori i del turisme de Canàries.

- Llei 19/2003, de 14 d'abril, en la que s'aproven les Directrius d'Ordenació General y les Directrius d'Ordenació del Turisme de Canàries.
- Cantàbria, Llei 5/1999, del 24 de març.
- Castella la Manxa, Llei 8/1999, del 26 de maig.
- Castella LLeó, Llei 10/1997, del 19 de desembre.
- Catalunya, Llei 13/2002, del 21 de juny.
- Comunitat Valenciana, Llei 3/1998, del 21 de maig.
- Extremadura, Llei 2/1997, del 20 de març.
- Galícia, Llei 9/1997, del 21 d'agost (modificada per la Llei 10/2004, de 2 de novembre, d'ordenació i promoció del turisme a Galícia ).
- La Rioja, Llei 2/2001, del 31 de maig.
- Madrid, Llei 1/1999, del 12 de març (modificada per la Llei 1/2003, de 11 febrer).
- Múrcia, Llei 11/1997, del 12 de desembre.
- Navarra, Llei Foral 7/2003, del 14 de febrer.
- País Basc, Llei 6/1994, del 16 de març.

## **RECURSOS ELECTRÒNICS**

CILMA (Consell d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient de les comarques de Girona), [www.cilma.cat](http://www.cilma.cat) (consultada, 13-02-2007).

DEPARTAMENT D'AGRICULTURA, ALIMENTACIÓ I ACCIÓ RURAL,  
<http://www.gencat.net/darp/c/pescamar/zonprot/> (consultada, 02-03-2007).

DEPARTAMENT DE MEDI AMBIENT I HABITATGE,  
<http://mediambient.gencat.net/cat/> (consultada, 06-03-2007).

FEDERACIÓ CATALANA DE GOLF, <http://www.catgolf.com/ca/> (última consulta, 12-08-2008).

FUNDACIÓ ROSES HISTÒRIA I NATURA, <http://www.rosesfhn.org/es/fundacio.php> (consultada, 20-02-2007).

GRUP ECOLOGISTA EL VENDRELL I BAIX PENEDÈS, <http://www.stormpages.com/geven/> (consultada, 18-02-2007).

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA, <http://www.ict.e.es> (última consulta, 16-10-2008).

MINISTERIO DE INDÚSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. Proyecto Municipio Turístico Sostenible, <http://www.sgt.tourspain.es/paginas/Medioambiente/> (consultada, 06-03-2007).

MINISTERIO DE INDÚSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED), <http://www.sgt.tourspain.es/paginas/CalidadDestinos/> (consultada, 16-01-2007).

MUSEU D'HISTÒRIA DE CAMBRILS, <http://www.cambrils.org/mhc/> (consultada, 02-03-2007).

MUSEU DE L'ANXOVA I LA SAL, <http://www.anxova-sal.cat/> (consultada, 20-02-2007).

PARC TEMÀTIC PORT AVENTURA, <http://www.portaventura.es> (última consulta, 09-10-2008).

PATRONAT DE TURISME DE SITGES, <http://www.sitgestour.com> (última consulta, 30-06-2008).

PATRONAT DE TURISME DE EL VENDRELL, <http://www.elvendrellturistic.com> (última consulta, 30-06-2008).

PLATAFORMA SOS LLORET, <http://www.soslloret.org/> (consultada, 18-02-2007).

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF,  
<http://www.golfspainfederacion.com/> (última consulta, 12-08-2008).

RED ESPAÑOLA DE ESTACIONES NÁUTICAS,  
<http://www.estacionesnauticas.info> última consulta, 12-08-2008).

SALVEM PINYA DE ROSA, <http://www.blanesportal.com/pinyaderos/>  
(consultada, 18-02-2007).

SECRETARIA GENERAL DE TURISMO, [www.sgt.tourspain.es](http://www.sgt.tourspain.es) (última consulta,  
15-10-2008).

TURISME DE CATALUNYA, [http://www.gencat.net/turistex\\_nou/home.htm](http://www.gencat.net/turistex_nou/home.htm)  
(última consulta, 17-03-2008).

UNESCO (Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la  
Cultura), <http://portal.unesco.org>, (consultada, 09-05-2007).

XARXA DE POBLES CAP A LA SOSTENIBILITAT,  
<http://www.diba.es/xarxasost/cat/index.asp> (consultada, 6-03-2007).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009

# ANNEXOS

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009



## ANNEXOS

### ANNEX I. INDICADORS DEMOGRÀFICS, ECONÒMICS I TURÍSTICS DELS MUNICIPIS DEL LITORAL CATALÀ

<b>Fitxa 1. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de la població (1960-1991/1991-2004)</b>
---

Tipus d'Indicador: Demogràfic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TCAP} = \left( \left( \sqrt[T]{\frac{\text{població}_{(2004)}}{\text{població}_{(1991)}}} \right) - 1 \right) \times 100 - \left( \left( \sqrt[T]{\frac{\text{població}_{(1991)}}{\text{població}_{(1960)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

- En funció del resultat obtingut en el càlcul de la Taxa de Creixement Acumulativa de la Població, del període 1960-1991 respecte el 1991-2004, s'han classificat els municipis en cinc tipologies:

**Tipus 1** – Durant el primer període creix més que el segon

**Tipus 2a** – Durant el primer període creix menys que el segon (amb una diferència inferior a 2 punts)

**Tipus 2b** – Durant el primer període creix menys que el segon (amb una diferència superior a 2 punts)

**Tipus 3** – En el primer període decreix i en el segon creix

**Tipus 4** – En el primer període creix i en el segon decreix

**Tipus 5** – Durant els dos períodes decreix

Font: Censos de Població i d'Habitatges i Padrons Municipals (INE). Anys: 1960, 1991 i 2004.

## COMENTARI

L'activitat turística ha estat una font de dinamisme demogràfic per als municipis del litoral català. Des de la dècada dels seixanta s'han convertit en espais receptors de població, que es desplaça atreta bàsicament pels llocs de treball generats en el sector serveis i construcció, però també pel nivell de benestar que s'hi ofereix. Tanmateix, cal destacar que aquest fenomen no només és propi del turisme sinó de qualsevol activitat econòmica capaç de dinamitzar el teixit productiu d'un territori.

Una primera anàlisi a escala regional, permet observar l'existència d'una dinàmica de creixement poblacional generalitzada, que es veu trencada per l'àrea de Barcelona i per dos casos aïllats. A una escala més petita, la municipal, es poden distingir diferents tipus de creixement, en primer lloc estarien aquells municipis en que la població va registrar un creixement més fort durant el 1960-1991, que correspon als municipis que per una banda són turístics com Salou, Castelldefels, Blanes, Lloret de Mar, Palamós, Palafrugell, Roses i Llançà. Per l'altra, estarien els municipis de base industrial com Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Vila-seca, Tarragona, Sant Pere de Ribes, Gavà, Pineda de Mar, Viladecans, Montgat, El Masnou, Premià de Mar, Mataró i Arenys de Mar. A més d'un petit grup amb una activitat agrícola i pesquera destacada com Deltebre i Sant Carles de la Ràpita. Per tant, aquests tres grups representarien clarament la relació existent entre el boom demogràfic i un sistema productiu dinàmic.

En segon lloc, es trobarien aquells municipis en que el seu creixement ha estat superior durant el període 1991-2004, distingeixen dins d'aquest dos subgrups, el 2a que malgrat tenir un creixement superior durant el segon període, el creixement és força semblant entre els dos, en aquest grup s'hi troben bastants municipis de la Costa Brava com el Port de la Selva, Cadaqués, Sant Pere Pescador, L'Escala, Torroella de Montgrí, Begur, Mont-ras, Castell-Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols, Tossa de Mar, i de la Costa Daurada com El Vendrell, Roda de Barà, Creixell, Cambrils, Mont-roig, L'Ametlla de Mar, Amposta i Alcanar, mentre que a la Costa del Maresme el nombre de municipis és inferior (Malgrat de Mar, Calella, Canet de Mar, Cabrera de Mar i Vilassar de Mar) al igual que la Costa del Garraf (Vilanova i la Geltrú). Mentre que el grup 2b,

correspon als municipis que en el segon període creixen d'una forma més marcada que en el primer, agrupant-se municipis tant de la Costa Brava com Colera, Castelló d'Empúries, Pals, Calonge, Santa Cristina d'Aro, del Maresme amb Santa Susanna, Sant Pol de Mar, Caldes d'Estrac, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres, del Garraf amb Sitges i Cubelles, per últim de la Costa Daurada com Cunit, Calafell, Torredembarra. Altafulla i L'Ampolla. El fet que aquests municipis es caracteritzen per tenir un major creixement durant el segon període s'explica principalment per dos factors:

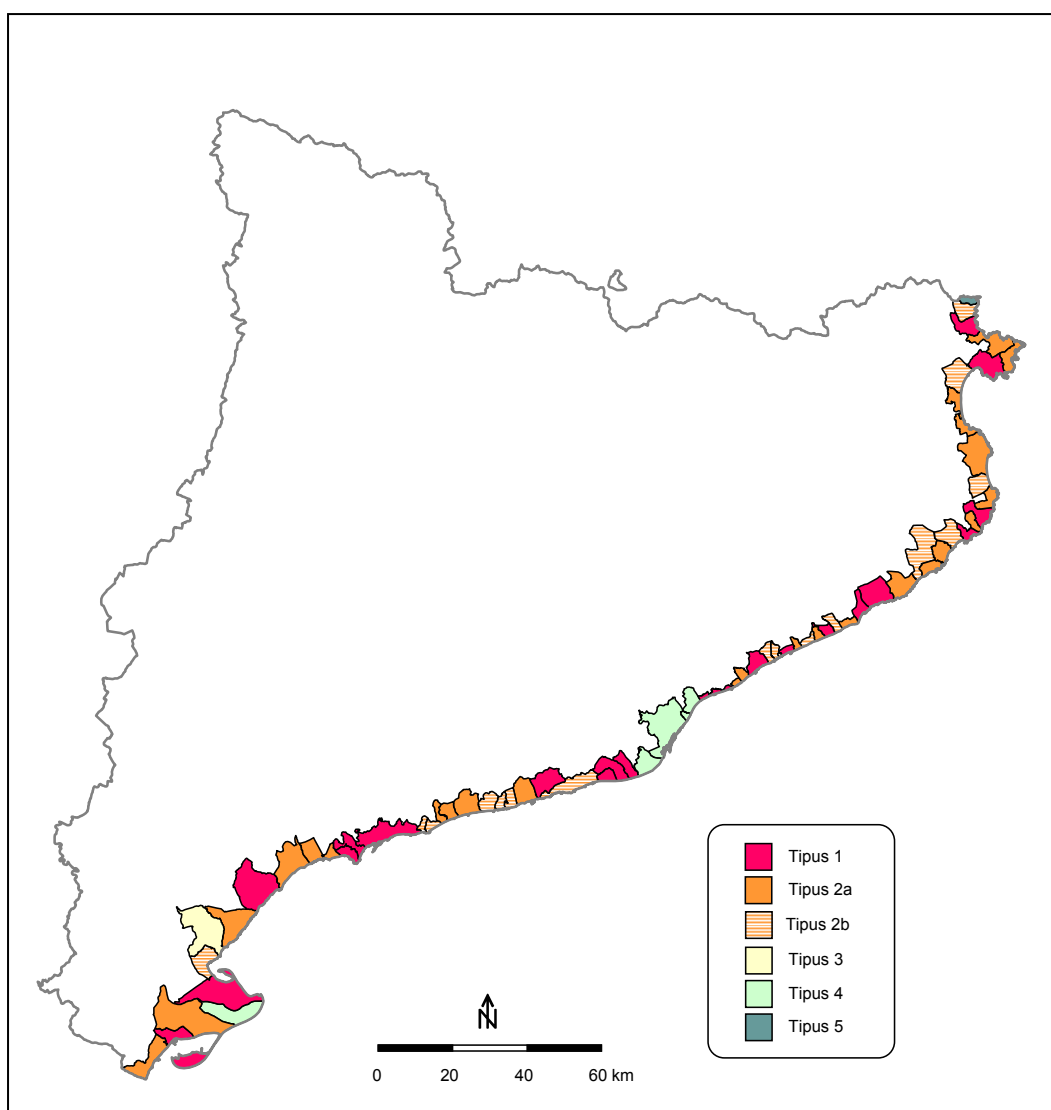
- La tendència creixent a convertir les segones residències dels municipis del litoral català, en primeres. Aquest canvi d'ús l'origina població procedent de l'àrea metropolitana de Barcelona i afecta als municipis costaneres més pròxims i ben comunicats amb ella. Al mateix temps, a través d'antics turistes (sobretot de dins la Unió Europea), que decideixen establir la seva residència en la destinació on realitzaven les vacances.
- Recepció de població estrangera arribada de fora de la Unió Europea.

La tercera tipologia comprèn els municipis que pel primer període perden població però durant el 1991-2004 es recupera, en aquesta situació només es troba El Perelló, que s'explica també pels dos factors anteriors.

La quarta tipologia és representada pels municipis que si bé pel primer període van tenir taxes de creixement acumulativa de població positives, en el segon període perden població, com són El Prat de Llobregat, Barcelona, Sant Adrià del Besòs i Badalona. El creixement del primer període està vinculat a la seva condició de centres industrials, ja que aquests requerien d'una important mà d'obra, que generà moviments migratoris tant de la resta de Catalunya com d'Espanya. Tanmateix, aquesta immigració laboral es va veure frenada a conseqüència de la crisi econòmica dels anys vuitanta, i des d'aleshores aquests municipis han perdut habitants, tant pel retorn d'antics immigrants als respectius orígens, com per les migracions residencials. En aquesta tipologia també s'inclou el nucli de Sant Jaume d'Enveja, en aquest cas, la població es veu obligada a migrar en busca d'oportunitats de treball.

Finalment, la cinquena tipologia està formada per aquells municipis que durant els dos períodes han estat perdent població, en tot el litoral català únicament Portbou segueix aquesta evolució, poble creat per l'estació ferroviària de frontera, però que la disminució del trànsit ferroviari, especialment el transport de mercaderies, ha incidit directament en el decreixement de la seva població.

**Mapa 1. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de la població (1960-1991/1991-2004)**



Font: Elaboració pròpia.

## Fitxa 2. Població autòctona dels municipis del litoral català (2001)

Tipus d'Indicador: Demogràfic

Descripció de l'Indicador:

$$PA = \frac{\text{població\_nascuda\_mateix\_municipi}}{\text{Total\_població}} \times 100$$

- Es té en compte la població empadronada que ha nascut en cadascun dels municipis analitzats.

Font: Cens de Població i d'Habitatges (INE). Any: 2001.

### COMENTARI

El turisme és una activitat que ha comportat intenses transformacions socials, fenomen clarament visible en els municipis turístics del litoral català, que han esdevingut importants focus d'atracció d'immigrants per les seves oportunitats laborals, així com a nuclis de localització permanent de població, sobretot jubilada, en busca d'un estil de vida millor i més tranquil. No obstant, l'activitat turística no és l'única que ha generat migracions laborals, sinó que també és característic d'aquells espais amb un sistema productiu dinàmic, representant una incidència semblant en l'estructura demogràfica.

Pel que fa al conjunt del litoral català, malgrat observar-se una elevada variabilitat en el seus nivells d'autoctonisme (població que va néixer i viu en el mateix municipi), predominen taxes baixes de població autòctona. Els municipis que registren un major percentatge, entre un 40,10-65,26 %, es localitzen a les Terres de l'Ebre, com l'Ametlla de Mar, El Perelló, Amposta, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar, encara que l'Ampolla, Deltebre i Sant Jaume d'Enveja presenten taxes inferiors. Es tracta de municipis amb una base productiva agrícola-pesquera, que en alguns casos han activat un cert desenvolupament turístic i immobiliari. L'existència de municipis amb valors més baixos no es deu a la seva base econòmica, que és la mateixa que la resta de municipis de

l'entorn, sinó en el fet que s'han segregat, ja que la població nascuda abans de les segregacions (Deltebre de Tortosa en el 1977, Sant Jaume d'Enveja de Tortosa en el 1978 i L'Ampolla del Perelló en el 1989) es comptabilitza en el municipi d'origen. Per exemple, els naixements produïts a Deltebre anteriors al 1977 queden registrats a Tortosa.

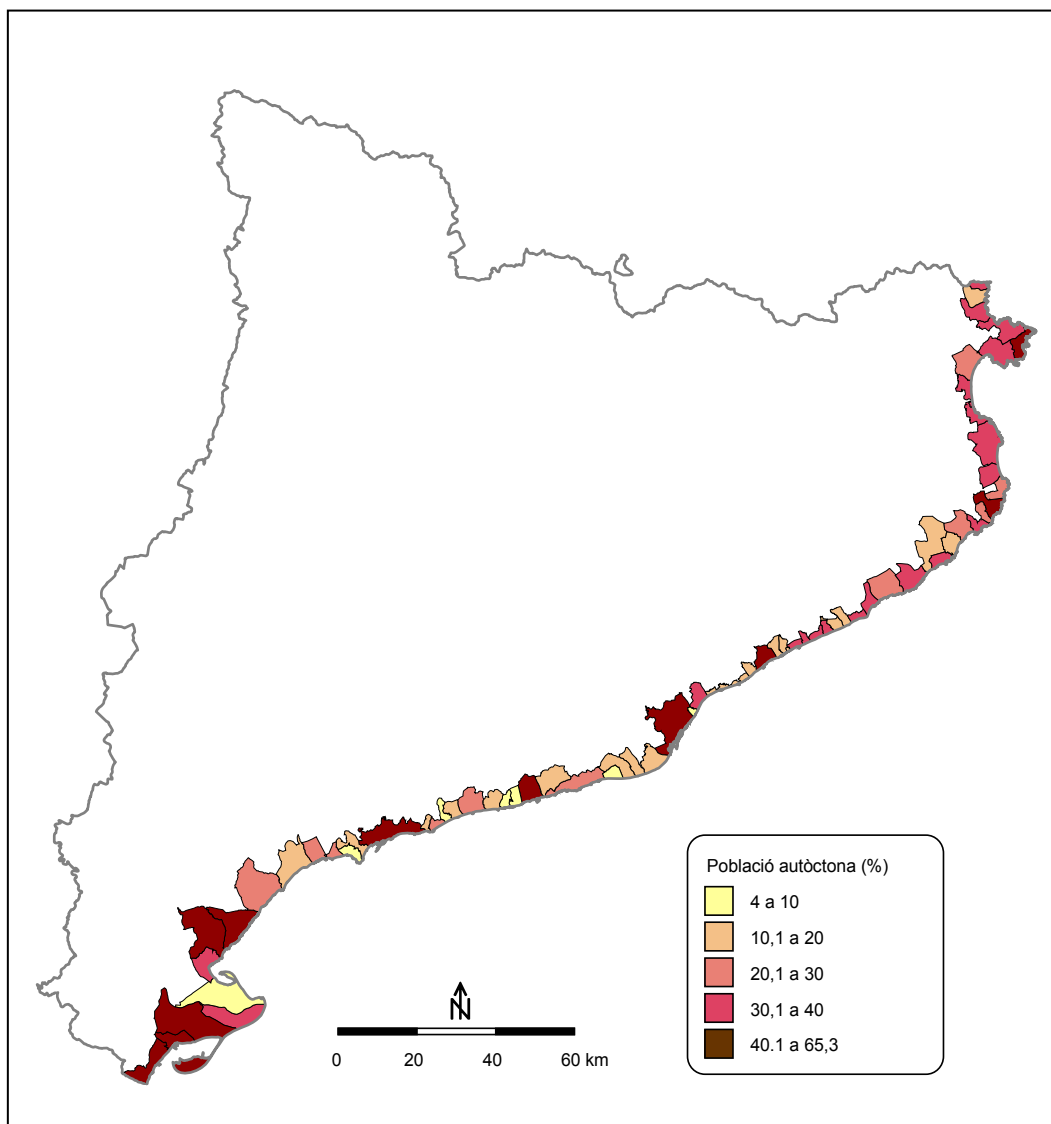
Els municipis de la Costa Brava, amb valors entre un 20,10-40%, presenten també percentatges de població autòctona superiors al conjunt català, però lleugerament inferiors als de les Terres de L'Ebre. Aquests municipis presenten taxes relativament elevades perquè han desenvolupat bàsicament un turisme residencial, que no requereix tanta mà d'obra com el turisme hotelier, destacant Cadaqués i Palafrugell amb valors del 44,02% i el 40,67%, respectivament. Encara que municipis com Colera, per la seva segregació de Portbou a l'any 1934, o bé Castell-Platja d'Aro i Santa Cristina d'Aro, perquè han tingut uns percentatges de creixement poblacional per sobre de la mitjana de zona, presenten taxes de població autòctona mes baixes (10,1-20%).

En la Costa del Maresme és de remarcar el baix nivell d'autoctonisme dels municipis del sud i centre de la comarca com Cabrera de Mar, Vilassar de Mar, Premià de Mar, El Masnou i El Montgat (segregat de Tiana al 1934), amb valors entre un 10,10-20%. Tots ells van tenir una intensa arribada de població durant la dècada dels seixanta i setanta, majoritàriament de fora de Catalunya, per la seva activitat industrial, en especial del sector tèxtil. Aquest model immigratori es va aturar a la meitat dels setanta, per tornar a rebre nous residents durant els anys noranta, amb la arribada de població procedent de la conurbació de Barcelona. A més a més, s'han d'afegir les migracions laborals extracomunitàries, que substitueixen la immigració dels anys 1960-1970, i nous residents bàsicament comunitaris atrets per les bones condicions climàtiques i residencials. Els municipis de la zona nord, com Arenys de Mar, Canet de Mar, Sant Pol de Mar, Calella i Malgrat, tenen percentatges superiors, entre el 30,10-40%, ja que les relacions amb l'àrea metropolitana són més recents. No obstant, els municipis de Pineda de Mar i Santa Susanna mantenen el mateixos percentatges que els del sud, perquè han tingut uns percentatges de creixement poblacional importants. L'únic municipi que presenta un valor per sobre del 40% és la capital comarcal, Mataró, per ser ja un nucli rellevant abans de l'inici del procés migratori.

Els municipis del Barcelonès presenten nivells d'autoctonisme força variats, des de nivells relativament alts com Barcelona amb un 57'83% i en menor mesura Badalona amb un 33'06%, a valors molt baixos com els de Sant Adrià del Besòs (7,18%). Barcelona i Badalona registren valors alts perquè ja tenien una base poblacional forta, que no s'ha vist tan afectada per les migracions laborals, mentre que en Sant Adrià del Besòs, nucli industrial directament vinculat a les dinàmiques urbanes de Barcelona, va tenir una major incidència al comptar amb una població menor.

Per finalitzar, a la Costa del Garraf es registren percentatges de població autòctona força reduïts al igual que els de la Costa Daurada. De tot el tram de litoral que aniria des del Prat de Llobregat fins a Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant, sols dos municipis registren valors superiors al 40% que corresponen a Vilanova i la Geltrú (41,65%) i Tarragona (47,48%), ja que en el moment que van rebre les primeres migracions laborals eren municipis amb un volum de població destacat. En sentit contrari, amb percentatges molt baixos d'autoctonisme, estarien Castelldefels, Cubelles, Cunit, Creixell i Salou, el quals comptaven amb una petita població a principis dels seixanta que s'ha vist incrementada de forma intensa fins l'actualitat, el que ha comportat que pocs dels residents hagin nascut en el mateix municipi. Aquest fenomen s'explica per diferents motius, ja descrits com són els laborals; el pas de segona a primera residència, especialment intens a la Costa del Garraf i la Costa Daurada Oriental per la desconcentració de l'àrea metropolitana de Barcelona; i els efectes de la segregació de Salou respecte Vila-seca (1989).

**Mapa 2. Població autòctona dels municipis del litoral català (2001)**



Font: Elaboració pròpia.



**Fitxa 3. Índex població estacional màxima dels municipis del litoral català (2001)**

Tipus d'Indicador: Demogràfic

Descripció de l'Indicador:

$$PEM = \frac{\text{núm. places _ allotjament _ reglat _} + \text{núm. places _ segona _ residència}}{\text{Total _ població}}$$

- Es denomina places d'allotjament reglat, les places hoteleres i de càmpings.
- Per comptabilitzar les places de segones residències s'ha utilitzat com a multiplicador 4'5, seguint la metodologia del Directori d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada i l'Observatori Costa Daurada.

Font: Cens de Població i d'Habitatges (INE). Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis, Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any:2001.

#### COMENTARI

Un altre dels fenòmens rellevants des del punt de vista demogràfic en els municipis turístics de la costa catalana és l'estacionalitat. La gran aflluència de turistes que reben aquests nuclis en determinats períodes de l'any, comporta que la població es multipliqui, presentat el seu màxim increment durant la temporada d'estiu. Aquest fenomen es deu a diversos factors, per una banda les característiques del propi producte que s'ofereix, basat en el recurs sol i platja, i per l'altra els condicionants de tipus social, com els calendaris vacacionals d'empreses i escolars.

Existeixen diferents maneres d'avaluar l'estacionalitat turística, a partir d'indicadors de consum (energia, aigua, generació de residus, etc.), o bé d'altres com la població ETCA: població total en termes d'equivalència a temps complet anual, que equival a la suma de la població resident i la població flotant, entenent

per una unitat ETCA 365 pernoctacions (Idescat). Tanmateix, s'ha considerat que els valors resultants d'aquests indicadors no s'apropen a la realitat dels municipis. Per aquest motiu, s'utilitzarà l'índex de població estacional màxima, entès com la relació entre la capacitat màxima d'acollida d'un municipi (plena ocupació de les places hoteleres, de càmping i segones residències) i la seva població resident.

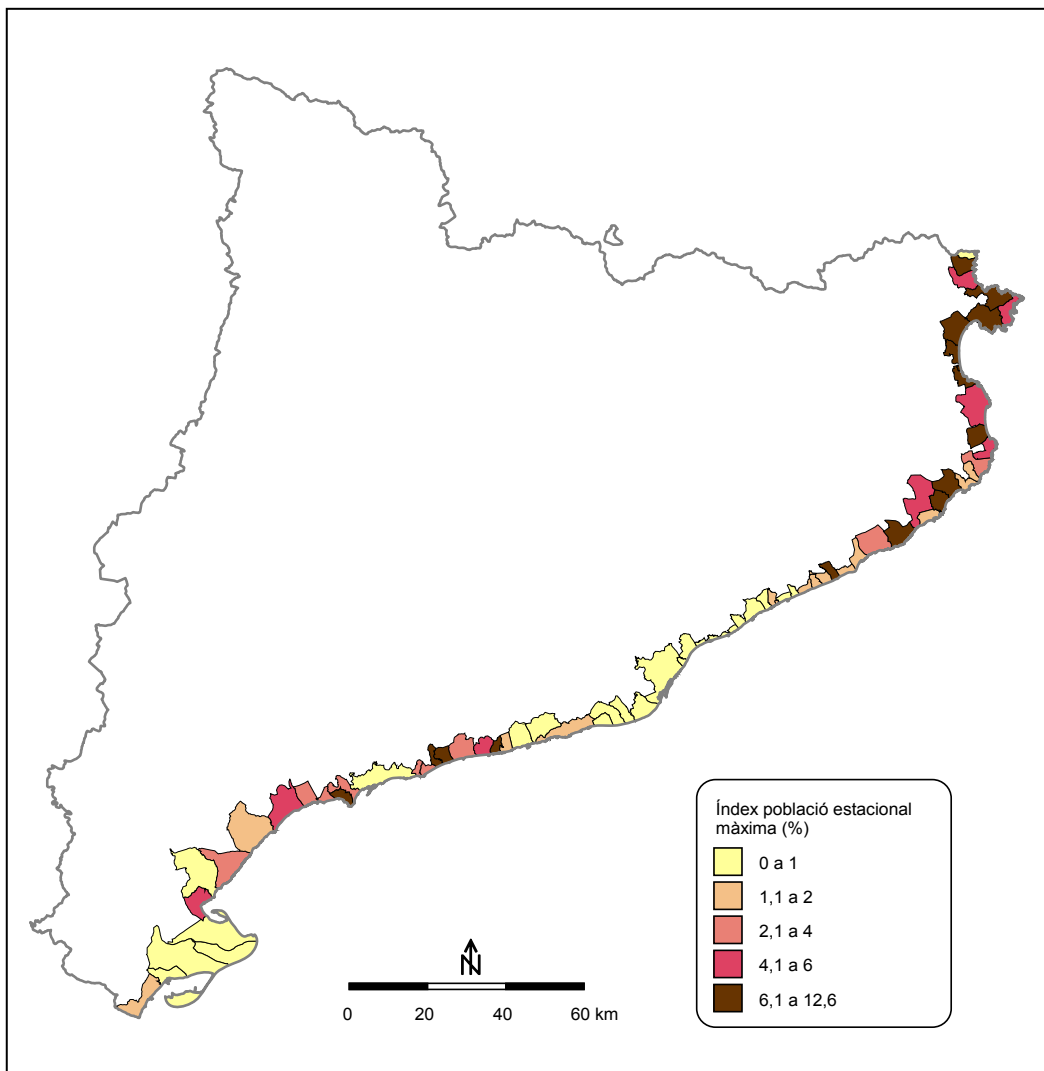
De tot el litoral català, la Costa Brava és la zona que presenta uns índexs de població estacional més alts, la seva població es multiplica bàsicament entre 2,10 i 12,60 vegades. Els municipis que registren un creixement més fort (de 6,10 a 12,60 vegades) són Colera, El Port de la Selva, Roses, Castell d'Empúries, L'Escala, Pals, Calonge, Castell-Platja d'Aro, Tossa de Mar i Sant Pere Pescador, que amb un 12'60 té l'índex més elevat de la costa catalana. Es tracta de nuclis especialitzats en segones residències i càmpings. Cal destacar que Portbou (0,91) és l'únic municipi on la seva població permanent és superior a la població flotant, ja que disposa d'una capacitat receptiva força reduïda.

La Costa Daurada també registra índexs de població estacional molt elevats, però amb menor intensitat que a la Costa Brava. En aquest tram de costa, el nuclis que obtenen majors creixements són Creixell (8,66), Roda de Barà (7,87), Salou (6,43) i Cunit (6,30). Si bé, a Salou el creixement bé donat per la seva destacada oferta hotelera i de segona residència. Els casos de Creixell, Roda de Barà i Cunit, els dos primers amb increments fins i tot superiors al de Salou, es deu a que són localitats de petita dimensió, més que per la rellevància de la seva oferta d'allotjament residencial i campista. La resta de municipis de la Costa Daurada registren índexs bastant alts, la població s'incrementa entre 2 i 5,82 vegades en base al turisme residencial, com passa a Calafell, El Vendrell, Torredembarra, Altafulla, Vila-seca, Cambrils, Mont-roig i Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant. Aquesta tendència general, tan sols es veu trencada pel municipi de Tarragona, que obté un índex inferior a 1, resultat del seu pes poblacional, la manca d'oferta d'allotjament respecte a la població censada, i a la primacia dels visitants de dia (no pernocten).

La Costa del Maresme, a diferència de les anteriors, es caracteritza per tenir una major variabilitat en els seus índexs. Al nord de la comarca es localitzen els municipis amb majors creixements de població estacional, com Santa Susanna, que augmenta més de 7 vegades la seva població permanent, o bé Calella i San Pol que la dupliquen. El valor substancialment més elevat de Santa Susanna, no es justifica pel seu volum de places hoteleres, sinó per l'efecte de les seves petites dimensions, que magnifica la rellevància del fenomen. En canvi, a Calella és realment la seva capacitat hotelera la que comporta l'increment de població, mentre que a Sant Pol de Mar ho genera la seva oferta residencial. Per altra banda, tant en el nord com en el centre, es troben alguns municipis amb índexs relativament alts, al voltant de 1, com Malgrat de Mar, Pineda de Mar, Caldes d'Estrac i Sant Vicenç de Montalt. En el primer cas relacionat amb la seva capacitat hotelera i de segona residència, en el segon principalment per la seva oferta residencial, i el tercer i quart per ser nuclis amb poc pes demogràfic. En contraposició, els municipis del centre i sobretot del sud, registren índexs inferiors a 1, on la població flotant és gairebé inexistent, ja que la seva estructura productiva de tipus industrial té un menor caràcter estacional.

Per finalitzar, el fenomen té un nivell d'afectació bastant baix en els municipis de la Costa del Barcelonès, del Garraf i Terres de l'Ebre. Atès que són nuclis on predomina la indústria (Barcelonès i Garraf) i les activitats agrícoles i pesqueres (Terres de l'Ebre), menys marcades pel procés de l'estacionalitat. Tanmateix, hi ha alguns municipis que presenten índexs de creixement força alts, associats a l'especialització immobiliari-turístic, com succeeix amb Sitges, i d'altres com Cubelles, L'Ametlla de Mar, l'Ampolla i Alcanar, per ser nuclis amb una població resident poc important.

**Mapa 3. Índex població estacional màxima dels municipis del litoral català (2001)**



**Font: Elaboració pròpia.**

#### Fitxa 4. Balanç laboral dels municipis del litoral català (2001)

Tipus d'Indicador: Econòmic

Descripció de l'Indicador:

$$BL = \frac{LTL}{POR} \times 100$$

- S'entèn per Llocs de Treball Localitzats (LTL), el nombre d'ocupats que treballen en un municipi determinat, ja siguin residents en el mateix municipi o procedents d'altres.
- La Població Ocupada Resident (POR), la formen els residents d'un municipi que estan ocupats, ja sigui al mateix municipi de residència o en un altre de diferent.

Font: Cens de Població i d'Habitatges (Idescat). Any:2001.

#### COMENTARI

Un dels impactes positius més importants del turisme sobre la societat és la generació d'amplis mercats de treball, ja que és una activitat que depèn en gran mesura del factor humà. Segons Mazón (2001), es poden distingir fins a tres tipus de treball creats per l'activitat turística:

- Directes: es produeix en aquells establiments i negocis que ofereixen directament béns i serveis als turistes (hotels, restaurants, cafeteries, bars, agències de viatges, guies turístics, serveis de transport).
- Indirectes: es difícil d'avaluar perquè no es pot distingir clarament si determinats sistemes de producció es deuen al turisme o a la població local. No obstant, contemplaria aquells relacionats amb l'agricultura, el comerç, indústries locals, etc.

- Induïts: són aquells relacionats amb el benefici de la construcció d'edificacions i d'altres indústries d'equipaments i serveis, així com les obres públiques en general.

Per tal d'analitzar el mercat de treball dels municipis del litoral català, s'ha posat en relació els llocs de treball d'un municipi amb la seva població ocupada (balanç laboral). S'observa que per al conjunt de municipis del litoral català tan sols quinze es defineixen com a importants centres de treball, amb percentatges superiors a 100. En aquest primer grup, es trobarien per una banda els nuclis del Port de la Selva, Cadaqués, Castelló d'Empúries, L'Escala, Pals, amb una forta capacitat d'atracció laboral en base el sector de la construcció vinculada a l'orientació turístico-residencial. A continuació, estarien Castell-Platja d'Aro, Lloret de Mar, Calella de Mar i Salou, per l'efectiva capacitat de generar llocs de treball en la prestació de serveis d'hoteleria, restauració i comerç. Per l'altra, els municipis de Cabrera de Mar, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant, El Prat de Llobregat, Vila-seca, Tarragona i Barcelona, són nuclis on la indústria, activitat amb importants requeriments de mà d'obra, és rellevant. A més, en el cas de Barcelona i Tarragona, s'ha d'afegir la seva condició de centre de serveis i capital administrativa.

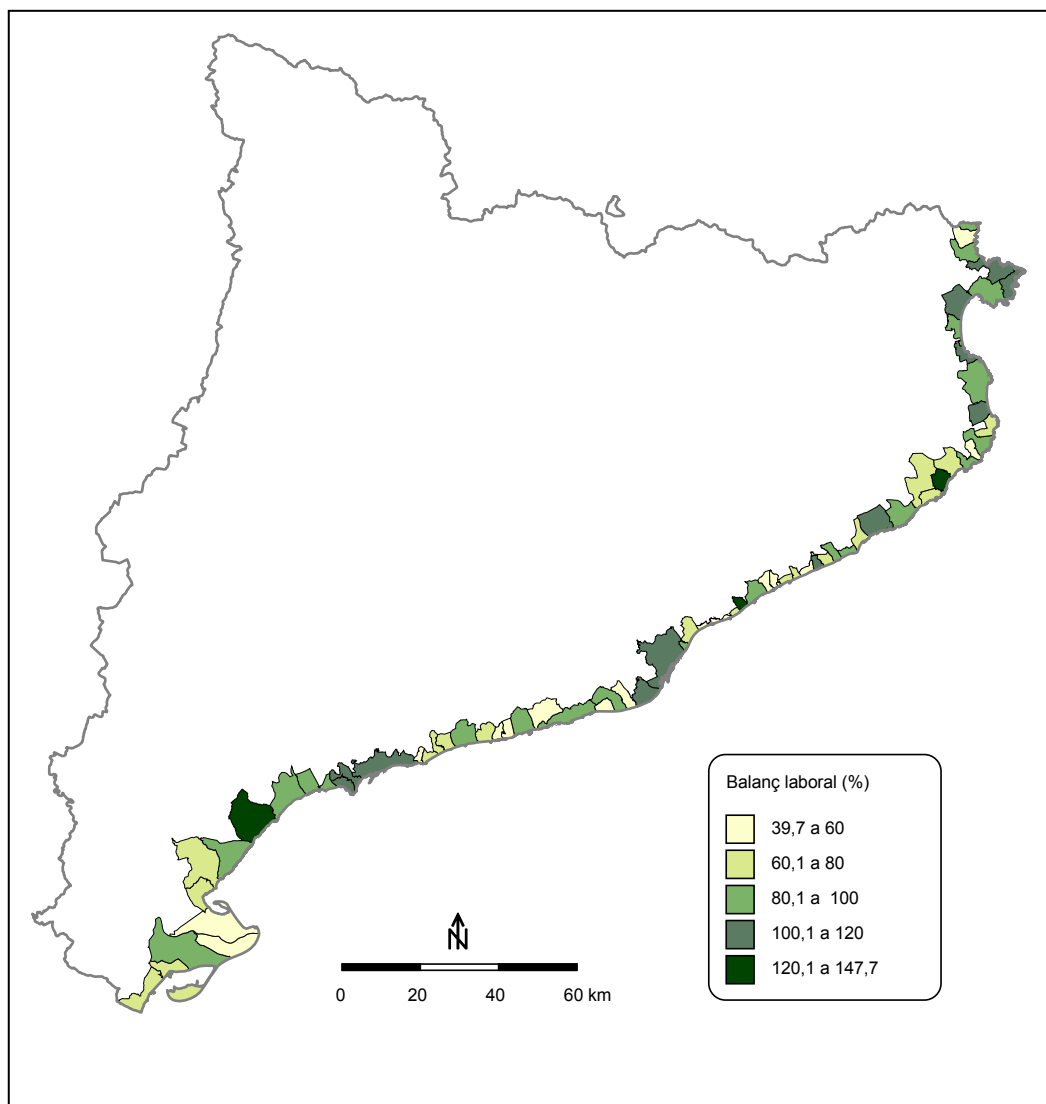
Els municipis amb valors percentuals inferiors als anteriors, entre un 80,10-100%, corresponen a nuclis, que si bé exerceixen una certa atracció sobre els municipis del voltant pel seu dinamisme laboral, progressivament estan adquirint funcions de caràcter residencial. Dins aquest grup es distingeixen els municipis especialitzats en les branques de la construcció, l'hoteleria i el comerç, com Portbou, Llançà, Roses, Sant Pere Pescador, Torroella de Montgrí, Palafrugell, Tossa de Mar, Malgrat de Mar, Santa Susanna, Sitges, El Vendrell, Cambrils, Mont-roig i l'Ametlla de Mar. Juntament amb els de base industrial, on es troben Mataró, Sant Adrià del Besòs, Gavà, Vilanova i la Geltrú i Amposta.

La resta de municipis de la costa presenten balanços laborals per sota del 80%. Es tracta de nuclis amb una clara tendència residencial, on una part de la població ocupada es desplaça per anar a treballar a un altre municipi. Entre els principals factors explicatius d'aquesta dinàmica es troba, per una banda el procés de metropolització, i per l'altra, el fet que existeixen àmbits d'integració

funcional a escala petita. Pel que fa al primer, és un procés iniciat fa més de quinze anys, en un principi basat en els desplaçaments de residents procedents de l'entorn urbà de Barcelona cap a municipis propers, mitjançant la construcció de nous habitatges. Per continuar més tard cap a nuclis cada vegada més allunyats, amb la creació d'habitatges i la conversió d'un nombre significatiu de segones residències en primeres. La disponibilitat de sòl més barat, la millora i desenvolupament de les infraestructures de transport i un entorn més agradable i menys congestionat són alguns del motius que ho fonamenten. Entre els municipis que s'han vist més afectats per aquest procés, amb valors inferiors al 60% es troben municipis del sud i centre de la comarca del Maresme, com Montgat, El Masnou, Premià de Mar, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt, Sant Pol de Mar; i de la comarca del Garraf com Viladecans, Castelldefels, Sant Pere de Ribes, Cubelles i Cunit. Mentre que en menor mesura ha influït sobre nuclis com Badalona, Vilassar de Mar, Arenys de Mar, Canet de Mar, Calafell, Roda de Barà i Creixell, aquests presenten valors entre un 60,10-80%, ja que disposen d'una estructura econòmica més equilibrada. Respecte al segon factor, s'ha detectat la presència d'àrees funcionals de caràcter més local com succeeix en les següents relacions intermunicipals:

- Colera amb Llançà.
- Begur, Mont-ras, Calonge amb Palafrugell i Palamós.
- Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro amb Castell-Platja d'Aro.
- Blanes amb Lloret de Mar.
- Pineda de Mar amb Calella.
- Torredembarra i Altafulla amb Tarragona.
- El Perelló, L'Ampolla i Deltebre amb Tortosa.
- Sant Jaume d'Enveja, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar amb Amposta.

**Mapa 4. Balanç laboral dels municipis del litoral català (2001)**



Font: Elaboració pròpia.



**Fitxa 5. Quocient de localització de l'ocupació turística dels municipis del litoral català (2001)**

Tipus d'Indicador: Econòmic

Descripció de l'Indicador:

$$QL = \left( \frac{LTL\_turístics\_municipi}{LTL\_Totals\_municipi} \right) / \left( \frac{LTL\_turístics\_litoralcatala}{LTL\_Totals\_litoralcatala} \right)$$

- S'entèn per Llocs de Treball Localitzats (LTL), el nombre d'ocupats que treballen en un municipi determinat, ja siguin residents en el mateix municipi o procedents d'altres.

- Es consideren LTL turístics solament els de la branca d'activitat d'hostaleria.

Font: Cens de Població i d'Habitatges (Idescat). Any:2001.

COMENTARI

El quocient de localització permet conèixer la magnitud d'un fet localitzat en una unitat territorial determinada en relació amb el volum assolit per aquest mateix fenomen en un context espacial més ampli. En aquest cas, els valors obtinguts mostren el grau d'especialització funcional turística dels municipis del litoral català respecte al conjunt agregat de nuclis de la costa catalana. Per fer els càlculs s'ha utilitzat la dada de llocs de treball localitzats per la branca de l'hostaleria, que té en compte els ocupats en la restauració (restaurants i bars) i l'allotjament (hotels, càmpings, pensions). No s'ha tingut en compte la branca de la construcció, malgrat estar intensament interrelacionada amb la dinàmica turística, ja que és un sector que també està afectat per altres fenòmens que no són turístics. És una activitat productiva que es troba present en bona part dels territoris català per dos factors principalment, per una banda l'existència d'una important demanda d'habitatges per part de persones entre 25-30 anys, procedents del baby boom dels seixanta i setanta, i per l'altra el fet que la

disminució del tipus d'interès genera perspectives d'inversió a través de la compra d'habitatges.

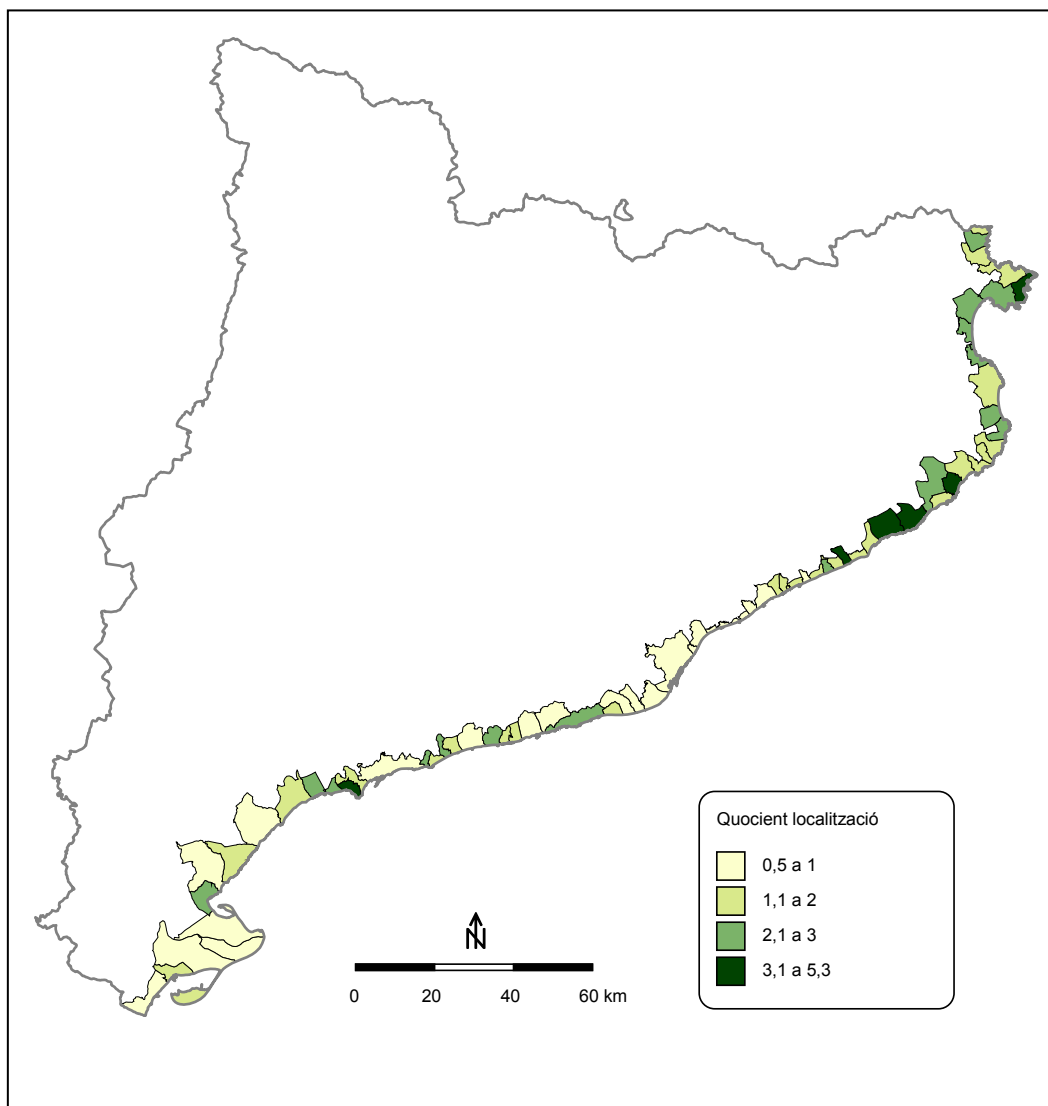
Una primera aproximació a escala regional, permet observar l'existència d'una zona orientada productivament a la dinàmica turística que aniria des de Portbou fins a Sant Andreu de Llavaneres, amb quocients de localització entre un 1,10-5,34. En contraposició, l'àrea compresa entre Mataró i Gavà, l'hostaleria té poca rellevància, ja que registra valors inferiors a 1. Mentre que el tram de costa entre Sitges i Alcanar, presenta força variabilitat en els seus quocients.

Si es realitza una anàlisi més detallada a escala municipal, s'observa un primer grup de municipis amb una especialització molt important en la branca de l'hostaleria (quocients superiors a 3). Es tracta de nuclis dedicats plenament al turisme amb una àmplia oferta hotelera i en menor mesura campista, on es situen Castell-Platja d'Aro, Tossa de Mar, Lloret de Mar i Salou. Mentre que els elevats valors de Cadaqués, Pals i Santa Susanna, s'expliquen pel fet de ser municipis de petites dimensions. En segon lloc, amb una elevada especialització en l'hostaleria, (quocients del 2,10 al 3), s'agrupen bona part dels nuclis de la Costa Brava, com Sant Pere Pescador, Begur, Colera, Roses, L'Escala, Santa Cristina d'Aro, Castelló d'Empúries, també es troba algun municipi del Maresme (Calella), del Garraf (Sitges) i de la Costa Daurada (Calafell, Creixell, Altafulla, Cambrils i L'Ampolla). Aquestes localitats es caracteritzen per ser espais turístics compartits, el que significa que coexisteix l'activitat turística amb altres activitats econòmiques. En tercer lloc, amb una relativa especialització turística (quocients del 1,10 a 2), es situa Portbou, on la branca del transport i les comunicacions predomina sobre la turística. Per altra banda, estarien els nuclis amb una major pes del sector de la construcció respecte a l'hostaleria, com Llançà, el Port de la Selva, Torroella de Montgrí, Palafrugell, Palamós, Calonge, Sant Feliu de Guíxols, Blanes, Cubelles, Cunit, Roda de Barà, Torredembarra, Mont-roig del Camp, L'Ametlla de Mar i Sant Carles de la Ràpita. A més d'aquells, que malgrat comptar amb una certa dinàmica turística, tenen una presència rellevant en la branca industrial, com Mont-ras, Malgrat de Mar, Pineda de Mar, Sant Pol de Mar, Arenys de Mar, Caldes d'Estrac, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres, Castelldefels, Vila-seca i Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant.

La resta de municipis presenten una baixa o molt baixa especialització en la branca de l'hostaleria, amb valors entre 0,49 i 1, on es troben els municipis de Vilassar de Mar, Premià de Mar, El Masnou, Montgat, Barcelona, Canet de Mar, El Prat de Llobregat, Viladecans, Gavà, Sant Pere de Ribes, Vilanova i la Geltrú i Tarragona, tots ells amb una estructura productiva basada en la indústria que es combina amb la presència d'altres activitats rellevants com la comercial i de serveis. En canvi la baixa funcionalitat turística de Sant Jaume d'Enveja i Alcanar s'explica per ser municipis agrícoles i pesquers; Mataró municipi eminentment industrial de l'àrea metropolitana de Barcelona; Cabrera de Mar amb una estructura productiva força diversificada (agricultura, construcció, important implantació industrial i comercial); Badalona i Sant Adrià del Besòs amb una disminució del pes relatiu de la indústria i un increment d'ocupació en la construcció i serveis. Mentre que Amposta hi ha un predomini de l'activitat agrícola i industrial vinculada al cultiu de l'arròs, al mateix temps que adquireixen importància les branques de serveis per la seva condició de capital comarcal.

Es considera pertinent distingir uns pocs municipis que obtenen quocients iguals a 1, això suposa que la branca de l'hostaleria té una quota d'ocupació igual a la del conjunt del litoral català (quocient del 0,07). Per tant, són casos amb una especialització turística gairebé inexistent, es troben en aquesta situació El Vendrell, El Perelló i Deltebre. El Vendrell té com a motor econòmic l'activitat immobiliària i comercial, en canvi El Perelló i Deltebre són bàsicament nuclis agrícoles amb una certa presència d'altres activitats com la construcció i el comerç.

**Mapa 5. Quocient de localització de l'ocupació turística dels municipis del litoral català (2001)**



**Font: Elaboració pròpia.**

**Fitxa 6. Classificació dels municipis del litoral català segons l'anàlisi Shift-Share (1991-2001)**

Tipus d'Indicador: Econòmic

Descripció de l'Indicador:

$$Sp = \sum ni \left( E_{it}/E_{io} - E_t/E_o \right) x E_{ijo}$$

$$Sd = \sum ni \left( E_{ijt} - (E_{it} / E_{io}) x E_{ijo} \right)$$

- En funció del resultat obtingut de comparar els valors de l'efecte proporcional (Sp) i diferencial (Sd), es classifiquen segons Boudeville, J. R (1966) quatre grups:

**Tipus 1** - P i D negatius

**Tipus 2**- P positiu i D negatiu

**Tipus 3** - P negatiu i D positiu

**Tipus 4** - P i D positius

Font: Censos de Població i d'Habitatges (Idescat). Any:1991 i 2001.

COMENTARI

Per conèixer el dinamisme econòmic dels municipis del litoral català, s'ha aplicat l'anàlisi Shift Share. L'objectiu fonamental d'aquest mètode es determinar, per una banda, el grau d'influència de l'especialització de cada nucli o àrea en el creixement de la variable estudiada (efecte proporcional); i per l'altra, mostrar com es comporten els diferents nuclis en relació a la mitjana del sistema (efecte diferencial). La valoració d'ambdós efectes indica els avantatges/inconvenients globals de cada territori.

El primer pas ha estat determinar l'evolució dels llocs de treball localitzats per branques d'activitat en el context català (1991-2001), base per a l'establiment dels valors constants del sistema. Les xifres obtingudes mostren un creixement

més fort en les branques de la construcció, comerç i reparació, hostaleria, immobiliària i lloguer, administració pública, educació, sanitat i serveis socials, altres serveis, personal domèstic i organismes extraterritorials. Totes elles, activitats relacionades amb el sector serveis, propi d'una economia cada vegada més terciaritzada. A partir d'aquí ja es pot calcular els efectes proporcionals i diferencials corresponents a cadascun dels municipis, tenint en compte que els resultats es valoren per al conjunt de branques d'activitat. Tanmateix, en funció de si les xifres de l'efecte proporcional superen o no les diferencials, s'han classificat els municipis en quatre tipologies, tal com es pot observar en el mapa.

Des de l'escala regional s'aprecia un predomini dels municipis amb capacitat de créixer per sobre de la mitjana catalana (agrupats per les tipologies tres i quatre). Sens dubte, el litoral català és un àmbit caracteritzat per tenir una forta dinàmica econòmica, en ell reuneix el 46,7% dels llocs de treball a Catalunya (Cens de Població i Habitatges 2001, Idescat). Entre els principals factors que expliquen aquest dinamisme, es troben la localització de grans àrees industrials i logístiques i l'existència d'importants espais de destinació turística.

La primera tipologia comprèn aquells nuclis, que amb una estructura sectorial especialitzada en activitats de creixement regressiu, perden més llocs de treball localitzats que la mitjana catalana i no milloren la seva situació anterior. La base econòmica tradicional dels municipis de Sant Pere Pescador, El Perelló, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar ha estat l'agrícola-pesquera, mentre que la de Mont-ras, Cabrera de Mar, Montgat i Sant Adrià del Besòs la industrial, activitats que estan perdent pes en el nou cicle econòmic. Aquestes localitats haurien de ser capaces de diversificar el seus mercats de treball si volen canviar la seva dinàmica.

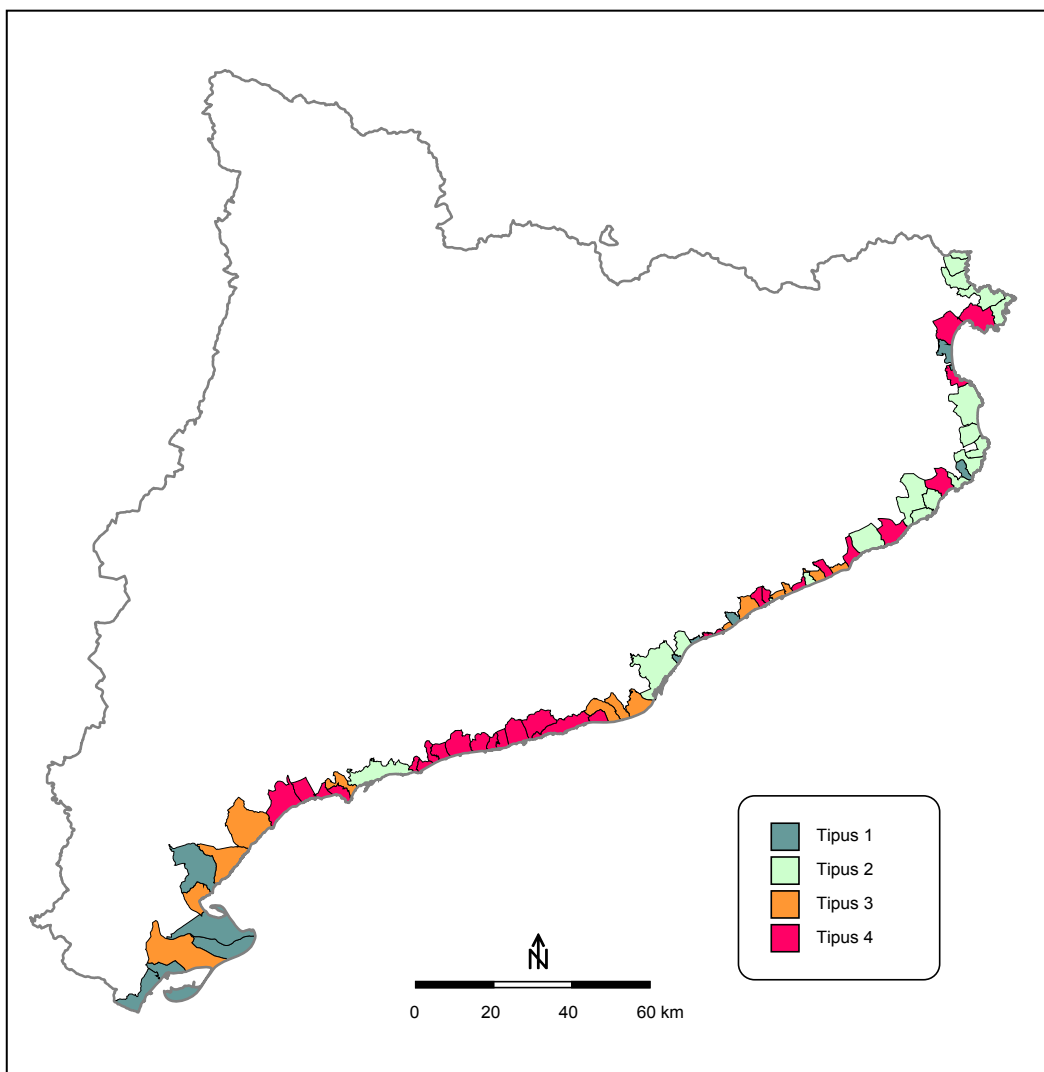
La segona tipologia recull aquells municipis que han augmentat la seva importància com a centres de treball, però no el suficient com per superar la dinàmica global catalana. El responsable del comportament positiu dels municipis de Portbou, Colera, Llançà, Port de la Selva, Cadaquès, Torroella de Montgrí, Pals, Begur, Palamós, Castell Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro, Lloret de Mar, Calella de Mar i Caldes d'Estrac, és

fonamentalment l'activitat turística i de serveis, d'acord amb la tendència general. El nuclis de Palafrugell, Badalona, Barcelona i Tarragona, en base a una economia més diversificada, també milloren la seva situació. La diferència amb els municipis de la primera tipologia és que la seva inèrcia no és prou forta com per a millorar el creixement mitjà català.

La tercera tipologia agrupa aquells municipis amb un creixement lent o regressiu, però encara superior al de la mitjana del conjunt català. La causa principal és la pèrdua de llocs de treball en el sector industrial, com succeeix als municipis de Malgrat de Mar, Pineda de Mar, Canet de Mar, Mataró, Montgat, El Prat del Llobregat, Viladecans, Gavà, Vila-seca, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant. Als municipis d'Arenys de Mar i Vilassar de Mar, no és només la indústria la que perd treballadors sinó també l'agricultura i la pesca, no obstant a l'Ametlla de Mar, L'Ampolla i Amposta la davallada s'observa només en el sector primari. Aquesta disminució de treballadors no ha estat compensada per altres activitats terciàries, com ha passat als municipis de la primera tipologia.

La quarta tipologia engloba aquells municipis amb l'estructura sectorial més dinàmica de tot el litoral, la qual cosa ha contribuït a que el seu creixement sigui superior a la mitjana catalana. Aquest grup és el més nombrós, amb un 40% del total, les localitats que hi formen part es localitzen principalment a la Costa Daurada, Garraf, i en menor mesura en la Costa del Maresme i la Costa Brava. Per una banda, el conformen nuclis amb especialització turística com Roses, Castelló d'Empúries, L'Escala, Calonge, Tossa de Mar, Blanes, Santa Susanna, Sant Pol de Mar, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres, Sitges, Cubelles, Cunit, Calafell, Roda de Barà, Creixell, Torredembarra, Altafulla, Salou, Cambrils i Mont-roig. Per l'altra, es troben municipis que també tenen activitat turística, però que la seva economia és més diversificada, per ser centres comarcals com Vilanova i la Geltrú i El Vendrell, o bé perquè es troben localitzades altres activitats relacionades amb els serveis, per exemple a Premià de Mar, El Masnou, Sant Pere de Ribes i Castelldefels.

**Mapa 6. Classificació dels municipis del litoral català segons l'anàlisi Shift Share (1991-2001)**



**Font: Elaboració pròpia.**



### Fitxa 7. Taxa variació atur dels municipis del litoral català (2004)

Tipus d'Indicador: Econòmic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TVA} = \frac{\text{mes\_menor\_núm.}_\text{aturats}}{\text{mes\_major\_núm.}_\text{aturats}} \times 100$$

Font: Observatori del Treball del Departament de Treball i Indústria de Catalunya. Any: 2004.

#### COMENTARI

L'ocupació turística presenta una sèrie de peculiaritats que la diferencien d'altres tipus d'ocupació. Una d'aquestes característiques és la marcada estacionalitat laboral, pròpia de les destinacions turístiques de sol i platja. El sector de l'hoteleria en les localitats litorals, es veu afectat per una forta estacionalitat dels turistes, ja que aquests solen viatjar fonamentalment durant els mesos d'estiu, especialment en el mes d'agost, mentre que durant la temporada baixa es redueix considerablement l'afluència de visitants. Aquesta situació comporta que durant la temporada alta es requereix d'un volum important de mà d'obra, mentre que en temporada baixa la plantilla necessària és mínima o fins i tot innecessària, en el cas que l'empresari decideix tancar l'establiment per manca de clients. La dinàmica és completament diferent per aquells nuclis on la seva oferta es basa en el turisme cultural, de negocis, congressos, ja que la recepció de fluxos turístics durant tot l'any assegura la rendibilitat de les empreses turístiques, i per tant es veuen molt menys afectades per aquest fenomen.

El seguiment del fenomen de l'estacionalitat es pot realitzar a partir del càlcul de la taxa de variació de l'atur, resultat de dividir el número d'aturats del mes amb menor nombre respecte al mes amb major. Només cal tenir en compte, que la taxa d'atur d'un municipi no és un valor estrictament real, ja que es comptabilitza la població aturada resident que havia treballat en un nucli diferent al de residència. Tanmateix, s'ha considerat un indicador útil per determinar el grau d'estacionalitat laboral i per poder aproximar-se al coneixement de les estructures productives dels municipis del litoral català.

S'observa en el mapa quatre àrees clarament delimitades per les seves taxes en la variació de l'atur. El primer àmbit correspon la Costa Brava i Costa nord del Maresme, amb taxes de variació de les més elevades (entre un 80,10-350%) respecte al conjunt de municipis del litoral català. En aquest espai sobresurt Tossa de Mar (708,89%), com a població de petites dimensions, amb una activitat productiva orientada fonamentalment al sector turístic. En sentit contrari, és de destacar la presència d'alguns municipis amb taxes inferiors al 80,10% (entre un 40,10-80%), explicables per tenir una estructura econòmica amb una menor vinculació turística. Com Portbou per la seva dedicació al transport i comunicacions; Pineda de Mar i Mont-ras per la seva base industrial; Palamós i Sant Feliu de Guíxols pel domini de la branca comercial; i Santa Susanna pel fet de ser un centre residencial en que bona part de la població es desplaça per anar a treballar a nuclis dedicats a la indústria (Pineda de Mar) o bé activitats terciàries (Barcelona). La resta de municipis com s'ha dit es caracteritzen per tenir una elevada o bastant elevada variació. Entre aquells que registren taxes entre un 150,10-350% es poden diferenciar els plenament turístics com Lloret de Mar, dels de base immobiliari-turística com Llançà, Cadaqués, Roses, Sant Pere Pescador, Torroella de Montgrí, Pals i Begur. Respecte als que presenten valors inferiors, entre un 80,10-150%, es situen Colera, El Port de la Selva, Castelló d'Empúries, L'Escala, Palafrugell, Calonge, Castell-Platja d'Aro, Santa Cristina d'Aro, Blanes, Malgrat de Mar i Calella de Mar. Es tracta de nuclis, que si bé l'activitat turística és important, una part de la seva població ocupada va a treballar a altres municipis de base industrial o de serveis en general.

El segon àmbit el conformen la Costa Centre i Sud del Maresme, la Costa del Barcelonès i del Garraf. Els municipis en aquesta zona obtenen taxes de variació en l'atur molt baixes, entre un 5,88-40%. En conjunt, es pot parlar de localitats amb una ocupació més estable, per dos motius bàsicament:

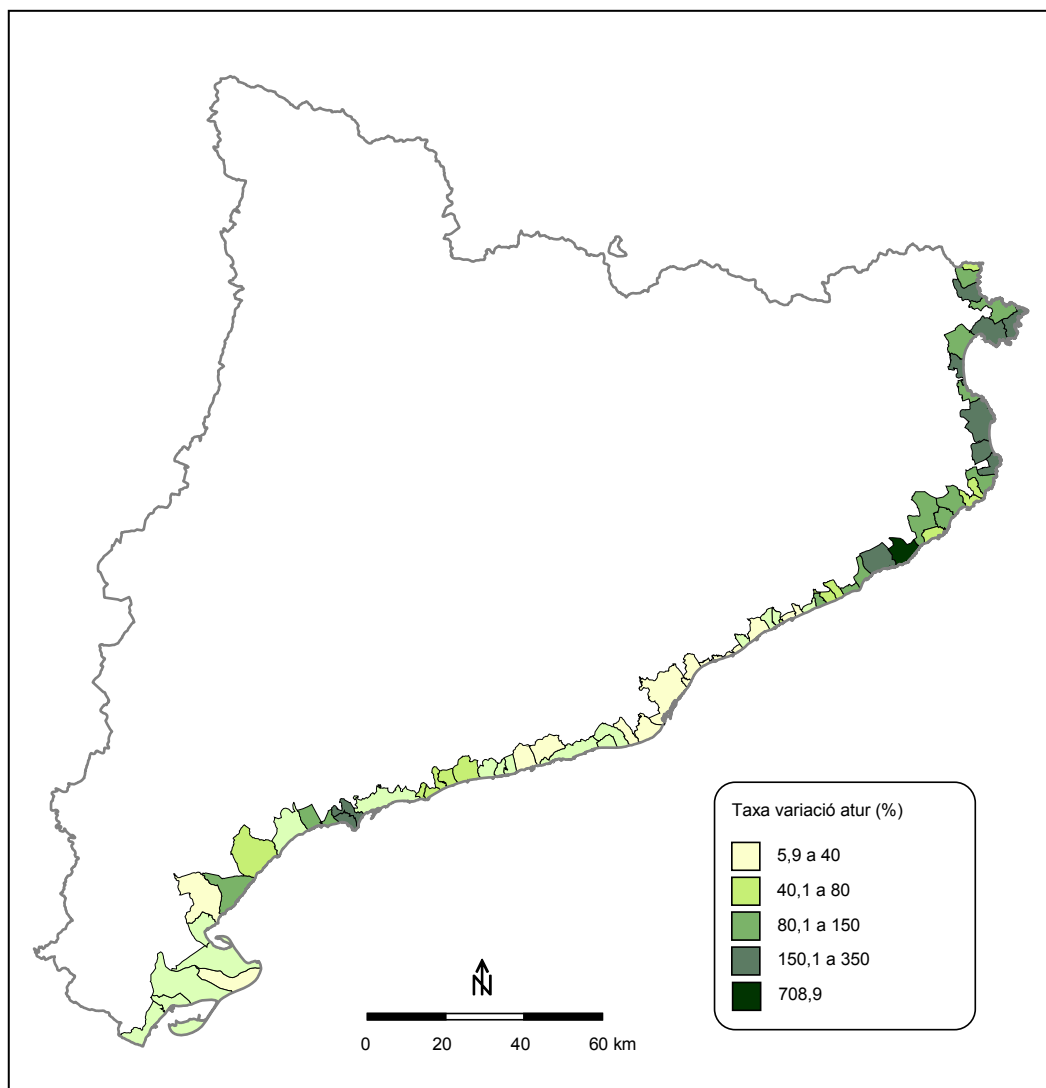
- Major pes de l'activitat industrial sobre la turística.
- Una part significativa de la població ocupada resident es desplaça per anar a treballar a Barcelona o rodalies, on troba un oferta laboral basada en la branca industrial i de serveis (comerç, transport i telecomunicacions, serveis financers a empreses i lloguer, administració pública, educació, sanitat i altres serveis col·lectius), que no tenen component estacional.

Únicament el municipi de Caldes d'Estrac registra una taxa de variació del 49,09%, ja que l'activitat turística és rellevant en la seva base econòmica, gràcies a la existència de banys termals, i per tant, d'un tipus de turisme més estable al llarg de tot l'any.

El tercer àmbit correspon a la Costa Daurada, amb taxes de variació de l'atur relativament elevades, però amb una intensitat inferior respecte la Costa Brava, els valors varien entre un 40,10-350%. Aquells municipis que presenten majors taxes de variació són Vila-seca (172,79%), explicable per l'existència de l'àmbit turístic de la Pineda i la localització en el seu terme de Port Aventura; i Salou (297,65%) per la seva clara vocació turística fonamentada en una potent oferta d'allotjaments i equipaments turístics. Amb un lleuger decrement en la taxa d'atur (114,31%) es situa Cambrils, nucli amb una forta especialització turística però amb una menor estacionalitat laboral, degut a que una part de la seva població ocupada es desplaça cap centres de treball com Reus (comercial i serveis en general) i Tarragona (industrial i administrativa). Ja amb baixes taxes de variació s'agrupen, per una banda els municipis de El Vendrell, Roda de Barà Creixell, Torredembarra i Altafulla, que tot i tenir una certa activitat turística, són localitats de caràcter residencial estretament vinculades laboralment amb l'àrea metropolitana de Barcelona en els tres primers casos, i amb Tarragona els dos restants. Per l'altra, està Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, de base industrial (en el seu terme està situada una central nuclear), però al mateix temps amb una petita incidència turística gràcies al sector costaner de l'Hospitalet de l'Infant i l'Almadrava. Mentre que els municipis que obtenen les taxes més baixes d'atur, entre un 5,88-40%, són Cunit i Calafell, de nou per la intensa relació laboral amb Barcelona; Tarragona per la seva base industrial; i en el cas de Mont-roig del Camp s'entèn per l'ocupació d'una part de la seva població resident en el municipi industrial del costat (Vandellòs i l'Hospitalet).

El quart àmbit pertany a les Terres de l'Ebre, majoritàriament amb taxes de variació de l'atur molt baixes, entre un 5,88-40%. Són municipis de base agrícola pesquera amb una mínima dedicació turística, i per tant d'escassa afectació en el mercat de treball durant la temporada d'estiu. Solament l'Ametlla de Mar, obté una bastant elevada variació (96,15%), perquè té una orientació més turística.

**Mapa 7. Taxa variació atur dels municipis del litoral català (2004)**



**Font: Elaboració pròpia.**

**Fitxa 8. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de les places hoteleres (1991-96/1996-2001/2001-2004)**

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TCAPH (1991-1996)} = \left( \left( \sqrt[T]{\frac{\text{places\_hoteleres\_}(1996)}{\text{places\_hoteleres\_}(1991)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$\text{TCAPH (1996-2001)} = \left( \left( \sqrt[T]{\frac{\text{places\_hoteleres\_}(2001)}{\text{places\_hoteleres\_}(1996)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$\text{TCAPH (2001-2004)} = \left( \left( \sqrt[T]{\frac{\text{places\_hoteleres\_}(2004)}{\text{places\_hoteleres\_}(2001)}} \right) - 1 \right) \times 100$$

- Les dades disponibles en les Guies d'Hotels era per habitacions, amb la qual cosa s'ha aplicat el multiplicador 2, seguint la metodologia de l'Observatori Costa Daurada.

- A partir de la comparació de les tres taxes de creixement acumulatives de les places hoteleres, s'han classificat els municipis en nou tipologies:

**Tipus 1** - Durant els tres períodes creixen de forma continua

**Tipus 2** - Durant el segon període es registra el màxim creixement

**Tipus 3** - Durant el segon període es redueix la taxa positiva

**Tipus 4** - Durant el segon període decreixen (taxes negatives)

**Tipus 5** - Estabilitat en els tres períodes (valor 0)

**Tipus 6** - Durant el segon període aconseguen créixer (taxes positives)

**Tipus 7** - Durant el segon període es redueix la taxa negativa

**Tipus 8** - Durant el segon període es registra el màxim decreixement

**Tipus 9** - Durant els tres períodes decreixen de forma continua

Font: Hotels. Catalunya Guia. Departament de Comerç, Consum i Turisme. Any: 1991,1996,2001 i 2004.

#### COMENTARI

Per tal d'analitzar quina ha estat l'evolució de l'oferta hotelera des de la dècada dels noranta en els municipis del litoral català, s'ha pres com a variable la taxa de creixement acumulativa del nombre de places hoteleres per tres períodes (1991-96, 1996-2001, 2001-2004). Com a resultat de la comparació entre aquests períodes, s'han classificat els municipis en nou tipologies, les quatre primeres corresponen a les localitats que tenen una tendència al creixement pel que fa al nombre de places hoteleres, la cinquena mostra estabilitat, i de la sisena a la novena indica una tendència al decreixement.

La primera tipologia engloba aquells municipis que han presentat una dinàmica ascendent (parteixen tant de taxes positives com negatives), registrant el màxim creixement durant el tercer període. Les localitats que pertanyen a aquesta tipologia són Salou, El Vendrell, Tarragona, Sant Carles de la Ràpita (Costa Daurada), i Sant Adrià del Besòs (Barcelonès). Entre ells cal diferenciar els nuclis que obtenen un creixement positiu al llarg dels tres períodes, com Salou, gràcies al paper que juga el parc temàtic Universals Mediterrània com a creador de confiança, facilitant el procés d'inversió i reinversió, o bé El Vendrell, que ha vist augmentar la seva capacitat hotelera a través de la creació de noves places de quatre i cinc estrelles. Per altra banda, es situen els municipis que en el primer període registren taxes de creixement negatives, però posteriorment es recuperen, com succeeix a Tarragona, Sant Carles de la Ràpita i Sant Adrià del Besòs, que són nuclis encara amb una baixa activitat turística.

La segona tipologia recull aquells municipis que dins d'una tendència creixent (parteixen tant de taxes positives com negatives), registrant el màxim creixement durant el segon període (1996-2001). En aquest grup estan Santa Cristina d'Aro, Creixell, L'Ampolla i Mont-ras, nuclis que degut a les reduïdes dimensions de la

seva capacitat hotelera, qualsevol lleuger augment es veu magnificat. Mentre que a Cambrils es justifica per l'augment de places hoteleres de tres i quatre estrelles.

La tercera tipologia agrupa els municipis, que en un context d'evolució creixent (parteixen tots amb taxes positives), sofreixen durant el segon període un descens en la seva taxa positiva. Entre els principals motius que expliquen aquesta disminució es troben els següents:

- Estancament en els seu nombre de places hoteleres (El Perelló).
- Consolidació de la seva oferta durant el període anterior (Vila-seca i Malgrat de Mar).
- Efecte post-olímpic (Barcelona i El Prat del Llobregat).
- Reordenació i qualificació de les places existents, les de una i dos estrelles passen a ser de tres estrelles (Santa Susanna).
- Major inversió en altres modalitats d'allotjament com els càmpings i segones residències (Castelló d'Empúries).

La quarta tipologia està representada per aquelles localitats, que encara amb una evolució creixent, obtenen taxes negatives durant el segon període. Dins aquest grup es distingeixen aquells municipis que ja presentaven en el període anterior una disminució en el seu nombre de places hoteleres (Roses, Caldes d'Estrac, Sitges, Torredembarra i Mont-roig del Camp), a conseqüència del tancament dels establiments obsolets. Mentre que la resta, mostren un creixement poc important o fins i tot nul en el primer període, que desemboca en un decreixement durant el segon. Es tracta de nuclis turístics amb orientació residencial (Begur, Castelldefels, Altafulla i L'Ametlla de Mar) o bé amb poca especialització turística (Viladecans, Amposta i Alcanar).

La cinquena tipologia està formada per nuclis que al llarg dels tres períodes han mantingut estable el seu nombre de places, com succeeix a Sant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Mar i Sant Jaume d'Enveja, explicable pel seu dèbil desenvolupament turístic.

La sisena tipologia la conformen aquells municipis, que en un context d'evolució decreixent, registren taxes positives durant el segon període. Aquest creixement fou resultat de l'obertura d'hotels de major categoria als existents, tal i com s'observa en els nuclis de Llançà, Lloret de Mar, Calafell, Palamós, Vandellós i L'Hospitalet de l'Infant. No obstant, també s'inclouen aquells que ja tenien taxes positives en el primer període, com Deltebre i El Port de la Selva, que al disposar d'una petita capacitat hotelera qualsevol augment manifesta una gran rellevància; i per últim, Castell-Platja d'Aro amb un lleuger augment de les places de tres estrelles.

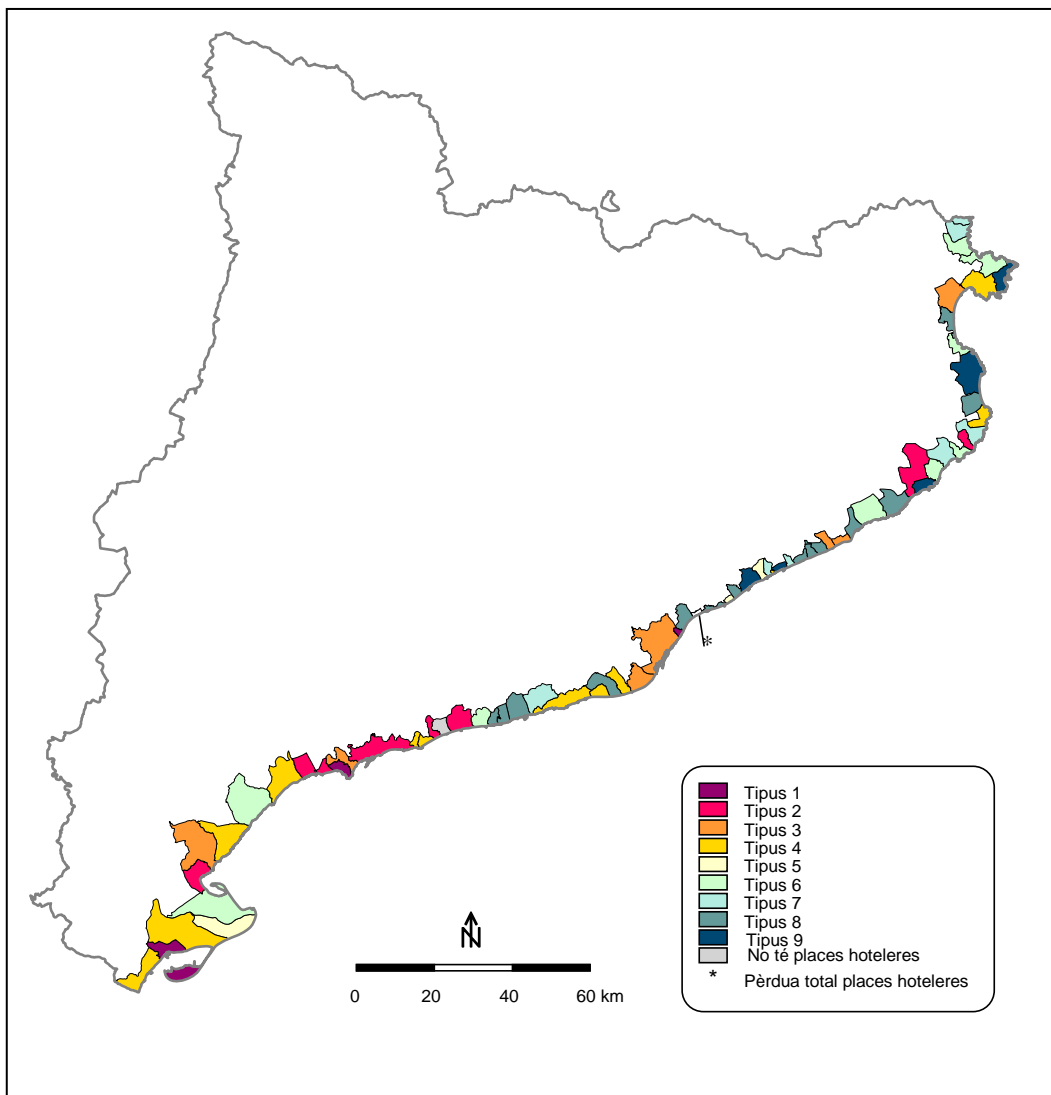
La setena tipologia agrupa aquells nuclis que dins una dinàmica de decreixement, aconseguen reduir les seves taxes negatives al llarg del segon període, com succeeix a Portbou, Colera, Palafrugell, Calonge i Blanes. Aquesta circumstància pot ser explicada pel fet que durant el primer període ja havien perdut una part important de les places d'allotjament de categoria més baixa (pensions, hostals). Per altra banda, s'afegeixen els nuclis de Canet de Mar, Sant Vicenç de Montalt i Sant Pere de Ribes, que presenten un estancament en el seu nombre de places pel segon i tercer període, reflex del seu baix dinamisme turístic.

La vuitena tipologia recull aquells municipis caracteritzats per una tendència decreixent (parteixen tant de taxes positives com negatives), especialment en el segon període, ja que és precisament a mitjans dels noranta quan s'intensifiquen les iniciatives de reestructuració de l'oferta. Aquesta evolució s'exemplifica en els nuclis de Tossa de Mar, Pineda de Mar i Calella de Mar. Mentre que a Pals, San Pol de Mar, Cubelles, Badalona, Sant Pere Pescador, Gavà, Cabrera de Mar, Premià de Mar, El Masnou, Vilanova i la Geltrú i Cunit, pren rellevància per ser nuclis amb una petita oferta hotelera.

La novena tipologia inclou tots aquells municipis que tenen un decreixement continuat al llarg dels tres períodes, com Torroella de Montgrí, Sant Feliu de Guíxols i Arenys de Mar. O bé, els que mantenen una taxa positiva en el primer període, per després decaure en taxes negatives en el segon i tercer com Cadaqués i Mataró. Es tracta de nuclis que han apostat per la qualificació de la seva planta hotelera (Cadaqués, Torroella de Montgrí i Sant Feliu de Guíxols). En canvi a Arenys de Mar i Mataró, té una major afectació per ser nuclis amb poca especialització turística.



**Mapa 8. Classificació dels municipis del litoral català segons la taxa de creixement acumulativa de les places hoteleres (1991-96/1996-2001/2001-2004)**



Font: Elaboració pròpia.

### Fitxa 9. Taxa funció turística dels municipis del litoral català (2004)

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TFT} = \frac{\text{capacitat}_{\text{acollida}}_{\text{places}}}{\text{Total}_{\text{població}}} \times 100$$

- S'entèn per capacitat d'acollida en places: les places d'hotels i càmpings disponibles.

Font: Padró Municipal (Idescat). Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis, Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any:2004.

#### COMENTARI

Per conèixer quina és la dimensió de l'activitat turística als municipis del litoral català, s'ha utilitzat la taxa de funció turística, que posa en relació el nombre de places d'allotjament reglades amb el nombre de població resident en cada municipi. Aquest indicador suposa un útil complement als tradicionals números absoluts de la capacitat d'acollida en places, àmpliament utilitzats. Tanmateix, aquest indicador resulta insuficient en el moment que s'analitzen àrees on la seva oferta es fonamenta en les segones residències i residències turístiques. Per aquest motiu, es calcularà la taxa de funció residencial en una altra de les fitxes d'aquesta anàlisi.

En una primera aproximació a escala regional, s'observa un predomini de municipis amb poca especialització turística, distribuïts per la Costa Centre i Sud del Maresme, Costa del Garraf i Terres de l'Ebre. En sentit contrari, els nuclis amb funcionalitat turística es localitzen fonamentalment a la Costa Nord del Maresme, Costa Brava i Costa Daurada.

A escala més petita, la municipal, prenent com a base la classificació de Boyer (1972), es poden agrupar els municipis en quatre tipologies depenent del seu

nivell d'especialització turística. Una primera tipologia la conformen els nuclis amb una reduïda activitat turística (TFT 0-40 %), com succeeix a Portbou, Llançà, Begur, Palafrugell, Sant Feliu de Guíxols, Blanes, bona part de les localitats del Maresme (excepte Malgrat de Mar, Santa Susanna i Calella de Mar), totes les del Barcelonès i el Garraf, Torredembarra, Altafulla, Tarragona i gairebé totes les de les Terres de l'Ebre (excepte L'Ampolla). Entre els principals factors que expliquen aquesta baixa TFT es troben els següents:

- Poca capacitat d'acollida d'alguns d'aquests municipis, sobretot el tram de costa que va des de Caldes d'Estrac al Prat de Llobregat (excepte Barcelona).
- La població resident té major pes que la població estacional turística, aquest fet té més incidència en aquelles localitats amb un volum de població resident rellevant com a Barcelona i Tarragona.

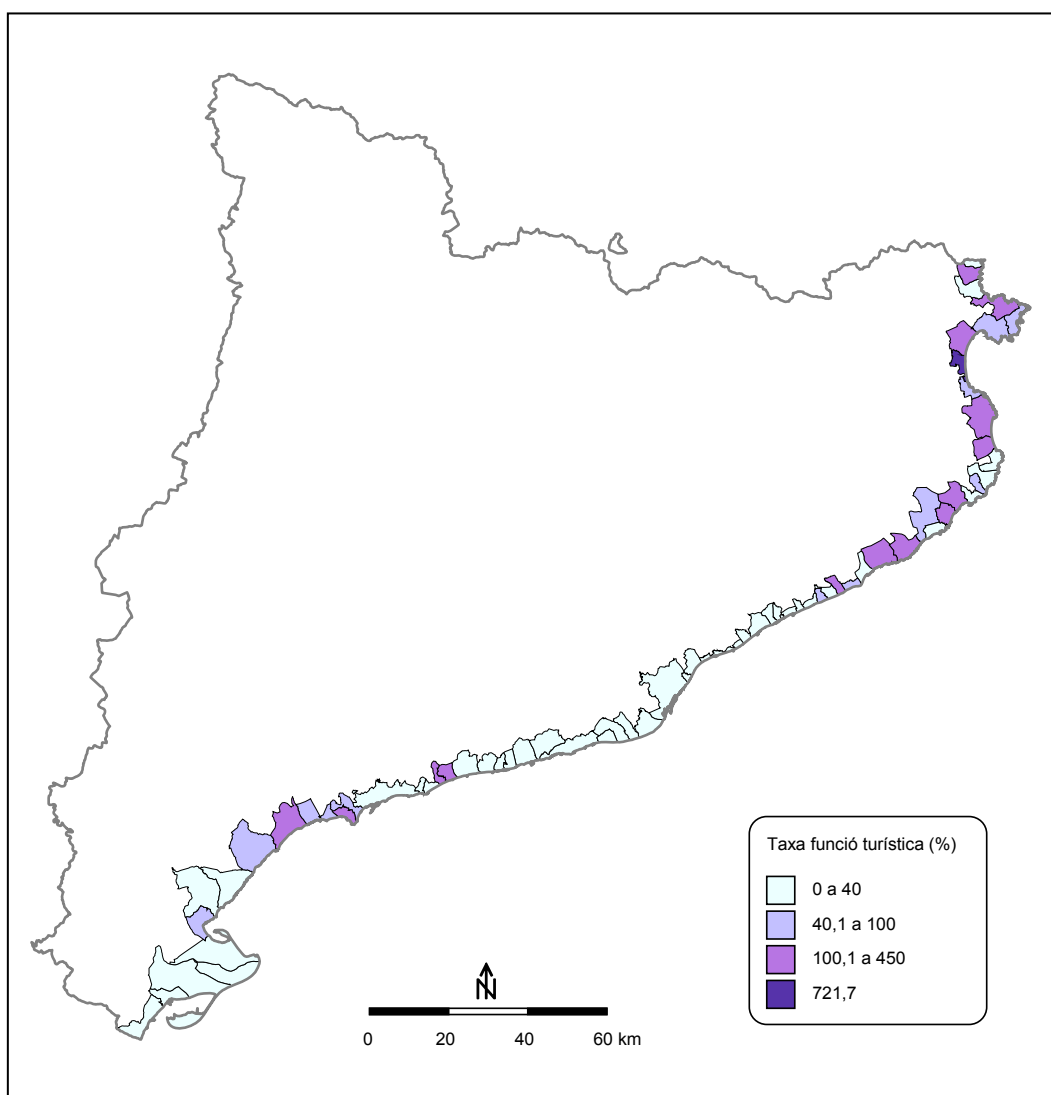
La segona tipologia recull els municipis amb una important però no predominant activitat turística (TFT 40,10-100%). Es tracta de nuclis on la població resident supera a l'estacional, si bé aquesta última representa més de la meitat de la resident. S'inclouen en aquest grup, per la seva oferta d'allotjament hotelier, Roses, Malgrat de Mar, Calella de Mar, Vila-seca; i per la seva oferta campista, Santa Cristina d'Aro, Cambrils, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant. Pel que fa a Cadaqués, Mont-ras i L'Ampolla, obtenen valors de la TFT bastant elevats, més que per la seva oferta d'allotjament, per ser uns nuclis de poca població.

La tercera tipologia engloba aquells municipis amb una predominant activitat turística (TFT 100,10-450%). L'especialització turística de les localitats de Lloret de Mar i Salou ve donada per la seva important planta hotelera, caracteritzada per establiments de grans dimensions dirigits a una demanda de nivell mitjà-baix i bàsicament comercialitzada a través de touoperadors. Mentre que els elevats valors en la TFT de Castelló d'Empúries, Torroella de Montgrí, Calonge, Castell-Platja d'Aro, Roda de Barà i Mont-roig del Camp, es deuen a la seva rellevant oferta campista, es tracta de poblacions que van apostar decididament per aquest tipus d'establiments en els primers anys del desenvolupament turístic. En una posició intermèdia, amb una rellevant, però no tant potent com les anteriors oferta hotelera i al mateix temps campista, es troba el nucli de Tossa de Mar. Per altra banda, els nuclis de Colera, El Port de la Selva, Pals, Santa Susanna i

Creixell, presenten altes taxes en gran mesura perquè es magnifica el fenomen sobre poblacions amb poca població resident.

La quarta tipologia de municipis agrupa aquells considerats grans destinacions turístiques (TFT superior a 450%). En tot el litoral català només el nucli de Sant Pere Pescador, s'inclou en aquest tipus, amb una TFT del 721,69%. De nou, el fet que la seva població sigui de dimensions reduïdes, juntament amb una important oferta d'allotjament campista, disposa de vuit càmpings amb una capacitat total de 11.544 places, és el que li confereix aquest caràcter d'important destinació turística.

**Mapa 9. Taxa funció turística dels municipis del litoral català (2004)**



Font: Elaboració pròpia.

### Fitxa 10. Taxa hotelera dels municipis del litoral català (2004)

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador

$$TH = \frac{\text{capacitat}_{acollida} \text{ places}_{hoteleres}}{\text{Total}_{població}} \times 100$$

Font: Padró Municipal (Idescat). Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis, Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any:2004

#### COMENTARI

L'allotjament hotelier és un element fonamental en la cadena turística, tradicionalment ha estat la manifestació espacial més important de tot el sector. Si es compara amb altres modalitats d'allotjaments, es caracteritza per:

- Concentració espacial, que ocupa de forma intensiva un espai reduït.
- Major capacitat de recepció i rotació dels clients (normalment l'estança d'un turista en un hotel no supera els quinze dies).
- El seu caràcter comercial i reglat permet incidir de forma més important en els mercats, a través dels canals de comercialització convencionals.
- Demanda amb major nivell de despesa en oferta complementària.

Així doncs, per tal de profunditzar en el tipus d'especialització turística dels municipis del litoral català, s'ha calculat la taxa hotelera, que posa en relació el nombre de places hoteleres amb la població resident de cada localitat. Aquest indicador complementa a la taxa de funció turística, de caràcter més general.

Des d'una perspectiva regional, cal tenir en compte que si bé el 80% (2004) de les places hoteleres de tota Catalunya es localitzen en el litoral, aquestes no es distribueixen de forma homogènia, sinó que es concentren en uns pocs municipis de la Costa Brava, nord de la Costa del Maresme i la Costa Daurada.

Una anàlisi a escala més petita permet classificar els municipis en cinc tipologies en funció del nivell d'especialització hotelera que presenten. Una primera tipologia la conformen els municipis amb una molt baixa especialització hotelera (TH inferior al 20%), aquest grup suposa el 79,41% de tots els municipis del litoral català. Entre els diversos factors que expliquen aquestes baixes taxes, es troben els següents:

- Poca orientació turística, ja que la seva base econòmica en alguns casos és de caràcter industrial, com succeeix a Mont-ras, Pineda de Mar, Sant Pol de Mar, Canet de Mar, Arenys de Mar, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres, Mataró, Cabrera de Mar, Vilassar de Mar, Premià de Mar, El Masnou, Badalona, Sant Adrià del Besòs, El Prat de Llobregat, Viladecans, Gavà, Sant Pere de Ribes, Vilanova i la Geltrú, Tarragona, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant, Amposta. En altres és de tipus agrícola-pesquera, com a El Perelló, L'Ampolla, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar. O bé, en el cas de Portbou, per la seva dedicació a la branca dels transports i comunicacions.
- La seva capacitat d'acollida es fonamenta en les segones residències i càmpings: Colera, Castelló d'Empúries, Sant Pere Pescador L'Escala, Begur, Palafrugell, Palamós, Calonge, Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro, Blanes, Caldes d'Estrac, Castelldefels, Sitges, Cubelles, Cunit, Calafell, El Vendrell, Creixell, Torredembarra, Altafulla, Mont-roig del Camp i l'Ametlla de Mar.
- Nuclis amb un volum de població rellevant: Barcelona.

La segona tipologia agrupa els municipis amb una baixa especialització hotelera (TH 20,10-40%). En conjunt són poblacions turístiques amb un pes important de la modalitat d'allotjament residencial. Tanmateix, les baixes taxes no tan sols s'expliquen per la dedicació d'aquests nuclis a les segones residències (Llançà i Port de la Selva), sinó també per la important presència d'oferta campista, com passa en els nuclis de Torrella de Montgrí, Pals i Cambrils. També s'inclou Malgrat de Mar, que per tenir una població relativament important, a efectes de càlcul genera una taxa inferior a la que li correspondria en nombres absoluts.

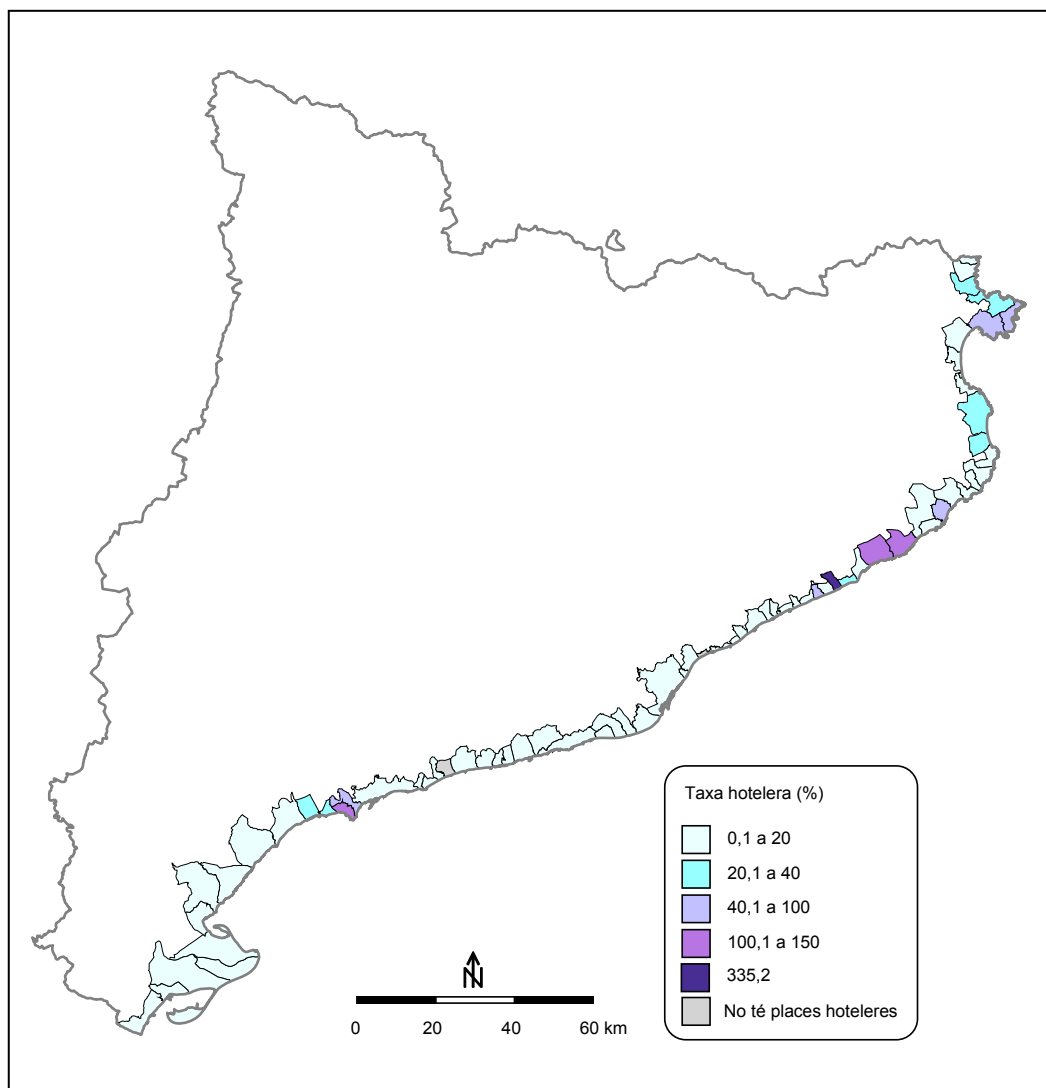
La tercera tipologia engloba aquells municipis amb un moderada especialització hotelera (TH 40,10-100%). En aquesta grup es troben Roses, Castell-Platja d'Aro i Calella de Mar, nuclis que concentren bàsicament l'oferta hotelera de la Costa Brava Nord, Costa Brava Centre i del Maresme respectivament, encara que amb presència rellevant d'oferta en segones residències i càmpings, depenent del municipi. Per altra banda, es troba Vila-seca, per ser la segona població de la Costa Daurada amb més places hoteleres (després de Salou); i Cadaqués, que degut a tenir una població de petites dimensions obté una taxa superior a la que li pertocaria.

La quarta tipologia recull aquells municipis amb una elevada especialització hotelera (TH 100,10-150%). De tot el litoral únicament pertanyen a aquest grup els nuclis Tossa de Mar, Lloret de Mar i Salou. Es tracta de municipis que han basat el seu desenvolupament turístic en la construcció d'establiments hotelers. Entre Lloret i Tossa sumen més de la meitat de places hoteleres disponibles a la Costa Brava, i el mateix succeeix a Salou respecte a la Costa Daurada.

La cinquena tipologia està representada per aquells nuclis amb una molt elevada especialització hotelera (TH 335,21%). Solament aconseguix aquesta taxa el municipi de Santa Susanna, el qual es situa dins el context de la Costa del Maresme en segon lloc en quant a dotació hotelera després de Calella de Mar. No obstant, el fenomen es veu magnificat per tractar-se d'una població de petita dimensió.

Per finalitzar, és de destacar la inexistència de places hoteleres en el nucli de Montgat i Roda de Barà. Pel que fa a Montgat és comprensible per la seva estructura productiva marcadament industrial. Mentre que a Roda de Barà s'entén per l'especialització en turisme de segones residències i campista.

**Mapa 10. Taxa hotelera dels municipis del litoral català (2004)**



**Font: Elaboració pròpia.**



### Fitxa 11. Taxa campista dels municipis del litoral català (2004)

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$TC = \frac{\text{capacitat}_{\text{acollida}}_{\text{places}}_{\text{càmping}}}{\text{Total}_{\text{població}}} \times 100$$

Font: Padró Municipal (Idescat). Anuari d'Oferta de Recursos Intermedis, Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any:2004

#### COMENTARI

Encara que el càmping és un tipus d'infraestructura turística menys valorada pel seu impacte que l'oferta hotelera, ha aconseguit una important implantació en les zones litorals. Tanmateix, en molts casos es considerada la primera transformació d'ús del sòl prèvia a la urbanització residencial (Anton,1997). El principal segment de demanda d'aquesta modalitat d'allotjament són les famílies amb fills (amb una mitjana entre 4 i 5 persones), que cerquen vacances amb una major independència en contacte amb la natura. Durant la darrera dècada, els càmpings s'han anat transformant progressivament en les conegudes "ciutats de vacances", amb la incorporació de nous serveis de gran qualitat i una oferta complementària diversa, alhora que s'ha introduït l'oferta de bungalows fixes, com alternativa a la tenda de campanya o caravana.

Per tal de conèixer quin és el nivell d'especialització en el sector càmpings dels municipis del litoral català, s'ha calculat la taxa campista, que posa en relació la capacitat d'acollida en places del càmping amb la població resident del municipi. Aquest indicador complementa la taxa de funció turística.

Els càmpings de Catalunya ofereixen un total de 246.007 places, de les quals el 78,44% es situen en el litoral, ja que la platja és un dels principals factors de localització d'aquest equipament d'allotjament a l'aire lliure. Tanmateix, l'oferta

de càmpings es troba distribuïda de manera desigual, els principals espais de concentració corresponen a la Costa Brava i la Costa Daurada.

En una anàlisi més detallada, s'han classificat els municipis en sis tipologies en funció del seu nivell d'especialització en càmpings. La primera tipologia la conformen aquells nuclis amb una molt baixa especialització (TC 0,43-20%), els factors que ho justifiquen són els següents:

- Predomini de la modalitat d'allotjament en segones residències: Llançà, Cadaqués, Roses, Begur, Palafrugell, Sant Feliu de Guíxols, Castelldefels, Sitges, Vilanova i la Geltrú, Cubelles, Cunit, Calafell, El Vendrell i Torredembarra.
- Capacitat turística fonamentada en allotjament hotelier: Lloret de Mar, Calella de Mar i Vila-seca.
- Escassa orientació turística: Pineda de Mar, Mataró, El Masnou, Gavà, Deltebre, Amposta i Alcanar.
- Municipis amb important població resident: Viladecans i Tarragona.

La segona tipologia agrupa els municipis que obtenen una baixa especialització campista (TC 20,10-40%), malgrat presentar un major nombre de places de càmping que els anteriors. Es troben en aquest grup Sant Pol de Mar, per ser nucli fonamentalment industrial; poblacions turístiques de caràcter residencial com Palamós, Blanes, Altafulla, L'Ametlla de Mar i Cambrils (amb un dels tres càmpings de luxe que hi ha a tota Catalunya); i localitats dedicades al turisme hotelier com Malgrat de Mar i Salou.

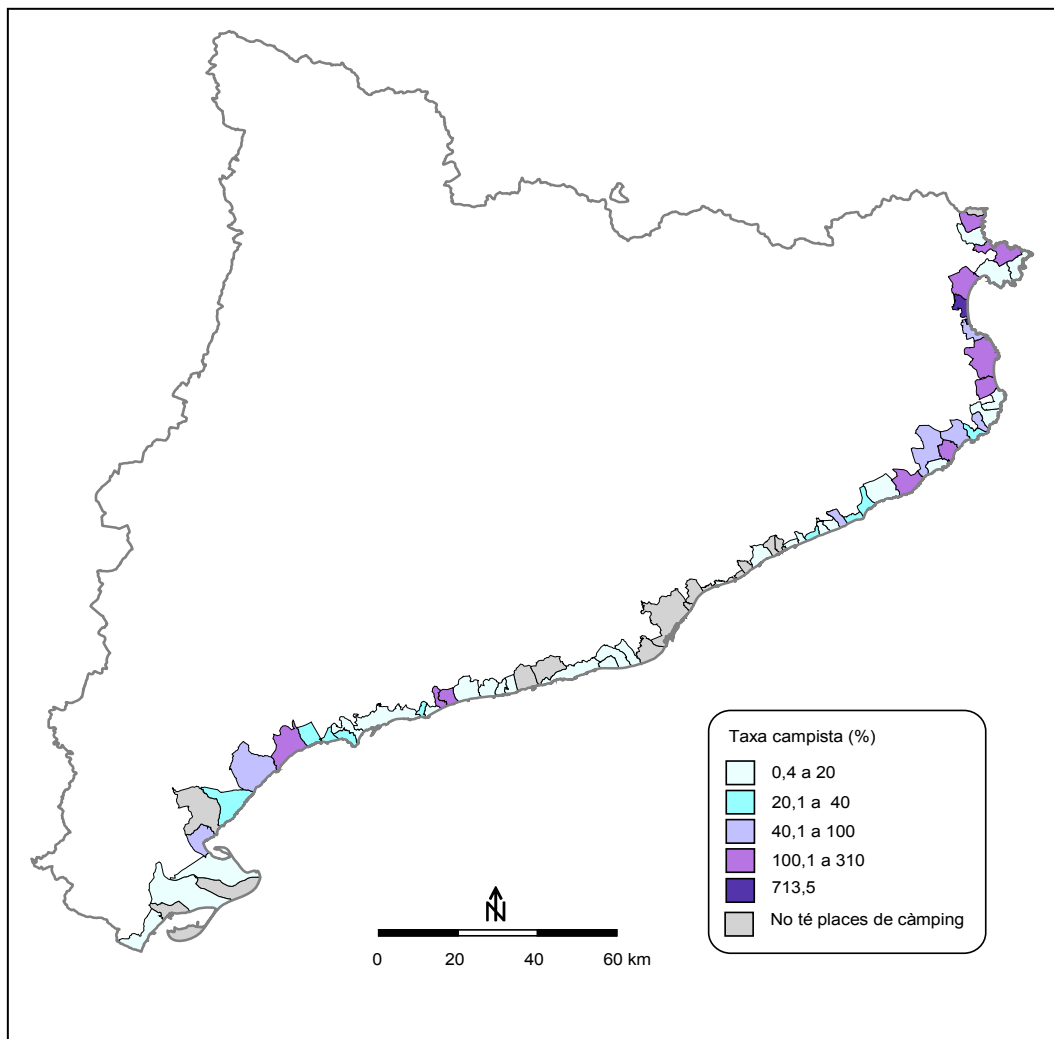
La tercera tipologia engloba aquells municipis amb una moderada especialització campista (TC 40,10-100%). Tret dels nuclis de L'Escala i Calonge, en tercer lloc en quant a places de càmping de la Costa Brava Nord i Centre respectivament, la resta es situen en aquest grup no tant per la seva capacitat d'acollida en càmpings, sinó per ser poblacions relativament petites on el fenomen adquireix major rellevància com succeeix a Mont-ras, Santa Cristina d'Aro (amb un càmping de luxe), Santa Susanna, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant, L'Ampolla.

La quarta tipologia acull aquells municipis amb una alta especialització en càmpings (TC 100,10-150%), la major part pertanyen a la Costa Brava i en menor mesura a la Costa Daurada. La diferent incidència entre aquests dos trams de litoral, pot ser explicada des del punt de vista del mercat turístic que rep cadascun d'ells. La Costa Brava constitueix la primera marca de destinació turística dels turistes estrangers (36,09% dels turistes i 44,61% de les pernoctacions a Catalunya, ETC 2005), en bona part francesos amb una llarga tradició en la pràctica del càmping. Mentre que la Costa Daurada es situa en segon lloc en quant a recepció de turistes espanyols (26,22% dels turistes i 30,99% de les pernoctacions a Catalunya, ETC 2005), els quals s'allotgen fonamentalment en segones residències i hotels. Es tracta de poblacions amb un important capacitat d'acollida com Torroella de Montgrí, la primera en quant a oferta campista per al conjunt de la Costa Brava; Castelló d'Empúries i Castell-Platja d'Aro en segona posició en quant a places de càmping del sector Costa Brava Nord i Costa Brava Centre respectivament, i Mont-roig del Camp que acapara bona part de l'oferta d'aquesta modalitat d'allotjament a la Costa Daurada. Per altra banda, obtenen elevades taxes els municipis de Pals (amb un càmping de luxe), Tossa de Mar, Roda de Barà i Creixell, resultat de la combinació de dos factors: cert volum de places en càmpings i la seva condició de localitats petites. Els nuclis de Colera i El Port de la Selva, disposen de poques places, però l'efecte que té el fenomen sobre poblacions petites, comporta que adquireixin taxes superiors a les que els hi correspondria.

La cinquena tipologia està representada pel municipi de Sant Pere Pescador, amb una molt elevada especialització en càmpings (TC 713,47%). Aquesta localitat es situa en primer lloc en quant a oferta campista de la Costa Brava Nord i en segon lloc respecte al total de la Costa Brava. És de destacar que alguns dels seus càmpings són de grans dimensions (superior al miler de places), poc freqüents en el litoral català.

Per finalitzar, s'observa una quantitat significativa de municipis que no disposen de places de càmpings, localitzats principalment al sud del Maresme, Barcelonès, Garraf i Terres de l'Ebre.

**Mapa 11. Taxa campista dels municipis del litoral català (2004)**



Font: Elaboració pròpia.

**Fitxa 12. Taxa funció residencial dels municipis del litoral català (2001)**

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TFR} = \frac{\text{núm. _segones _residències}}{\text{núm. _primeres _residències}} \times 100$$

Font: Cens de Població i Habitatges (Idescat). Any:2001

COMENTARI

Mentre que per al conjunt de països desenvolupats és després de la II Guerra Mundial quan augmenta de forma considerable el nombre de segones residències. En el cas espanyol el gran boom es produeix durant la dècada dels setanta. Aquesta expansió s'atribueix a diversos factors de caire social, econòmic i cultural:

Socials:

- L'augment del nivell de vida ha fet accessible la seva compra o lloguer a grups socials més amplis.
- L'increment del temps lliure, gràcies a les vacances pagades i la reducció de la jornada laboral.
- La necessitat de desconnectar de l'entorn habitual urbà.

Econòmics:

- La devaluació de la moneda i l'elevada inflació dels anys setanta comportà que la residència secundària fos vista com una oportunitat d'inversió segura per als estalvis de les classes mitjanes.
- El benefici que suposaven les deduccions fiscals associades a la compra d'una segona residència.
- La compra d'immobles com a forma de blanquejar el diner negre.

### Culturals:

- La possessió d'una residència secundària com a símbol d'un cert status econòmic i social.

Per tal de conèixer el pes de la segona residència en els municipis del litoral català, entesa com aquell habitatge familiar ocupat temporalment en caps de setmana i vacances (Idescat, 2001), s'ha utilitzat la taxa de funció residencial. Aquest indicador posa en relació el nombre d'habitatges secundaris amb els principals (habitatges familiars destinats durant tot l'any, o la major part d'aquest període, a residència habitual o permanent, Idescat 2001).

A Catalunya es disposen de 514.943 places de segones residències (Cens de Població i Habitatges 2001, Idescat), de les quals el 52,70% es localitzen en el litoral català (sense tenir en compte Barcelona), clàssic focus d'atracció, gràcies a la combinació d'una sèrie d'elements com el sol, la platja, accessibilitat, dotació de serveis, etc. Tanmateix, aquestes no es distribueixen de forma igualitària al llarg de la costa sinó que es concentren fonamentalment a la Costa Brava (32,1%) i Costa Daurada (32,4%).

Els municipis s'han classificat en cinc tipologies en funció del seu nivell d'especialització en segones residències. La primera tipologia està formada per aquells nuclis amb una molt baixa especialització (TFR 0,54-50%), que s'explica per diferents motius:

- Funció clarament de primera residència dins el context funcional de l'àrea metropolitana de Barcelona: Malgrat de Mar, Pineda de Mar, Calella de Mar, Canet de Mar, Arenys de Mar, Sant Andreu de Llavaneres, Mataró, Cabrera de Mar, Vilassar de Mar, Premià de Mar, El Masnou, Montgat, Badalona, Sant Adrià del Besòs, El Prat de Llobregat, Viladecans, Gavà, Castelldefels, Sant Pere de Ribes i Vilanova i la Geltrú.
- Localitats amb poca orientació turística: Portbou, Mont-ras, El Perelló, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja i Amposta, o bé espais turístics compartits amb altres activitats com Palamós.
- Municipis amb un volum de població resident important: Barcelona i Tarragona.

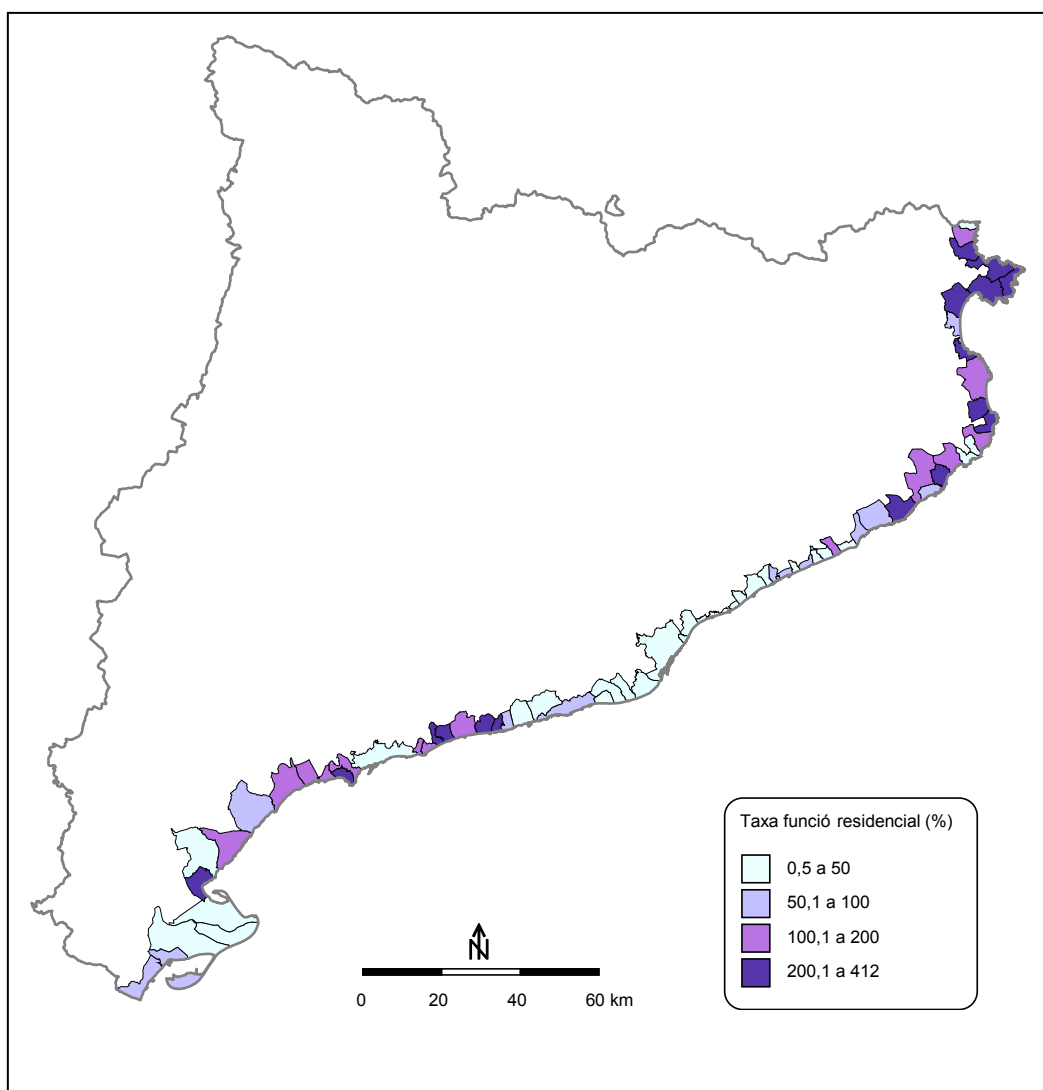
La segona tipologia agrupa aquells municipis amb una baixa especialització residencial (TFR 50,10-100%). Es tracta de poblacions que malgrat presentar un major nombre de segones residències que en les poblacions anteriors, mantenen un predomini de les primeres, tal com s'observa a Sant Feliu de Guíxols, Sitges, Lloret de Mar i Blanes, centres urbans importants dins el Baix Empordà, Garraf, i La Selva respectivament. És rellevant el cas de Lloret, perquè malgrat ser un municipi turístic obté una taxa baixa, ja que la seva oferta hotelera és molt important. També es troben poblacions amb presència variable d'activitats turístiques com a Arenys de Mar, Cubelles, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar. A més de nuclis com Sant Pere Pescador, Sant Pol de Mar, Caldes d'Estrac, Sant Vicenç de Montalt i Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant, per la seva petita dimensió.

La tercera tipologia engloba els municipis amb una moderada especialització en segones residències (TFR 100,10-200%), ja que el seu nombre aproximadament dobla el d'habitatges principals. En aquest nivell estan alguns municipis bàsicament de la Costa Brava Centre (Torroella de Montgrí, Palafrugell, Calonge) i Costa Daurada (El Vendrell, Torredembarra, Vila-seca, Cambrils i Mont-roig del Camp). Cal destacar pel seu elevat nombre de segones residències, els municipis de El Vendrell i Cambrils, encara que no es tradueix en una taxa més alta, per ser espais de residència permanent (23.744 i 21.000 habitants respectivament) amb certa complexitat productiva. Mentre que municipis com Colera, Santa Susanna, Altafulla, Santa Cristina d'Aro i L'Ametlla de Mar, aconsegueixen taxes superiors a les que li pertoquen per ser poblacions petites, on es magnifica el fenomen.

La quarta tipologia la conformen les localitats amb un elevada especialització en segones residències (TFR 200,10- 412%), on aquestes representen més del doble respecte l'habitatge principal. Pertanyen a aquest tipus bastants municipis de la Costa Brava Nord, on la demanda turística residencial és bàsicament estrangera (gairebé en la seva totalitat francesa), com a Roses, població que acapara bona part de l'oferta en segones residències de tota la Costa Brava; L'Escala i Castelló d'Empúries, en segon i tercer lloc en quant a volum de places del tram septentrional; i d'altres com Llançà, El Port de la Selva, Cadaqués, Pals, Begur que s'explica per la seva poca població resident. A continuació es troben municipis de la Costa Brava central i meridional com Castell-Platja d'Aro i Tossa

de Mar, on el creixement de la segona residència està principalment vinculat a l'àrea de metropolitana de Barcelona, al igual que succeeix amb els nuclis del nord de la Costa Daurada, com Cunit, Roda de Barà, Creixell i sobretot Calafell, que disposa de més de 15.000 segones residències. En canvi, en el centre i sud de la Costa Daurada solament hi ha un municipi que presenta una alta especialització, Salou, basat en un mercat destacat procedent de l'Estat (fonamentalment aragonesos, navarresos i bascos). Per finalitzar, s'inclou en aquesta tipologia L'Ampolla, ja en la costa de les Terres de l'Ebre, no obstant, la seva taxa no es deu a un important volum de segones residències sinó de nou, al fet de tractar-se d'una població amb poc pes demogràfic.

**Mapa 12. Taxa funció residencial dels municipis del litoral català (2001)**



Font: Elaboració pròpia.



**Fitxa 13. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera mitjana dels municipis del litoral català (1994-2004)**

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TCMH} = \left( \left( \sqrt{\frac{\text{TMH}_{-(2004)}}{\text{TMH}_{-(1994)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$\text{TMH} = \frac{\text{places}_{\text{hoteleres}_{3\text{ estrelles}}}}{\text{places}_{\text{hoteleres}_{1i2\text{ estrelles}_{\text{ pensions}}}}} \times 100$$

Font: Hotels. Catalunya Guia. Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any: 1994 i 2004.

#### COMENTARI

Un altre dels aspectes més importants a valorar pel que fa a l'oferta d'allotjament hoteler és la seva distribució per categories. En aquesta fitxa s'analitzarà quin ha estat el creixement de l'oferta d'allotjament del segment mitjà (tres estrelles) pel període 1994-2004. L'indicador utilitzat ha estat la taxa de creixement acumulativa de categoria hotelera mitjana, que posa en relació el percentatge de les places hoteleres de tres estrelles respecte a les places d'una i dues estrelles, més les pensions i hostals. Tanmateix, el seu càlcul aporta una idea aproximada de la qualitat dels establiments hotelers, ja que la variable estrelles, no sempre correspon amb la qualitat dels serveis oferts, per exemple un hotel amb un servei mediocre pot tenir una bona qualificació pel fet de disposar de major superfície per habitació.

Les places hoteleres de tres estrelles són les més abundants en el context del litoral català (al 1994 suposaven el 39,81% i al 2004 el percentatge va augmentar fins a un 48,18%), amb un elevat grau de concentració en les destinacions de Lloret de Mar i Salou. Una primera aproximació a escala regional, permet observar que en major o menor mesura els municipis del litoral

català han incrementat el seu nombre de places en aquesta categoria durant el període 1994-2004. Resultat d'un procés de reestructuració de l'oferta, iniciat a la dècada dels noranta amb els primers símptomes d'esgotament del model de sol i platja, consistent en:

- Tancament dels establiments petits i obsolets bàsicament hostals i pensions
- Requalificació de la planta hotelera de categoria baixa (una i dues estrelles) a favor de l'oferta d'allotjament principalment de categoria hotelera mitjana (tres estrelles).

Pel que fa a la Costa Brava, s'observen diferents dinàmiques en funció del tram de litoral. En el sector septentrional, predominen els municipis amb poca capacitat de creixement en la categoria mitjana, tal com succeeix a Llançà, Cadaqués, L'Escala, degut al predomini del turisme residencial. En aquests nuclis la pèrdua de places de categoria baixa (hostals, pensions i hotels de una i dos estrelles) és poc significativa, o fins i tot arriben a incrementar-se com passa a Castelló d'Empúries. No obstant, aquesta tendència es veu trencada en el municipi de Roses, que registra una taxa lleugerament superior, pel fet d'augmentar el nombre de places en hotels de tres estrelles i disminuir aquelles de menor categoria, o bé Sant Pere Pescador, que destaca per guanyar places de gamma mitjana, on prèviament eren inexistents, gràcies a l'obertura d'un petit hotel de deu habitacions. En el sector central, prenen protagonisme els nuclis amb una moderada o elevada taxa de creixement en categoria hotelera mitjana, que es deu a la rellevant pèrdua d'hoteleria de baix valor afegit (Torroella de Montgrí, Begur, Palafrugell, Calonge i Sant Feliu de Guíxols), combinat amb l'augment d'oferta de tres estrelles, sobre tot en el cas de Palamós. De nou els municipis del sector meridional, excepte Blanes, obtenen taxes de creixement poc importants, com a Tossa de Mar i Lloret de Mar. Val a dir que en el cas de Lloret de Mar, la pèrdua de part de les places de tres estrelles, respon a la estratègia de qualificació empresa per alguns hotelers, a nivell particular, per fer front a l'estancament de la demanda d'allotjament en hotels, en total 4.216 places de tres estrelles han passat a ser de quatre.

A la Costa del Maresme els municipis del sector septentrional presenten una elevada taxa de creixement en la categoria hotelera mitjana, ja que gairebé la meitat de les places de gamma baixa s'han qualificat convertint-se en tres estrelles, al mateix temps que s'han creat de noves, com a ocorre als nuclis de Malgrat de Mar, Santa Susanna, Pineda de Mar i Calella. Aquest últim va endegar una profunda reestructuració de la seva oferta amb el tancament d'establiments obsolets fonamentalment pensions situades al centre urbà (27 dels 46 existents, durant el període 1994-2004), a la vegada que realitzava una ampla reforma de la resta, sense construir cap nou hotel. Per la seva banda, la capital de comarca, Mataró, aconsegueix un moderat creixement per reduir el nombre de places en pensions d'una estrella. Mentre que Sant Pol i Caldes d'Estrac obtenen taxes inferiors, ja que la pèrdua és poc rellevant.

Respecte a la Costa del Barcelonès, cal destacar el municipi de Badalona, que té una taxa de creixement moderada ja que redueix el nombre de places de categoria baixa. En canvi, Barcelona aconsegueix un creixement reduït en la gamma mitjana degut a que el procés de qualificació és menys intens.

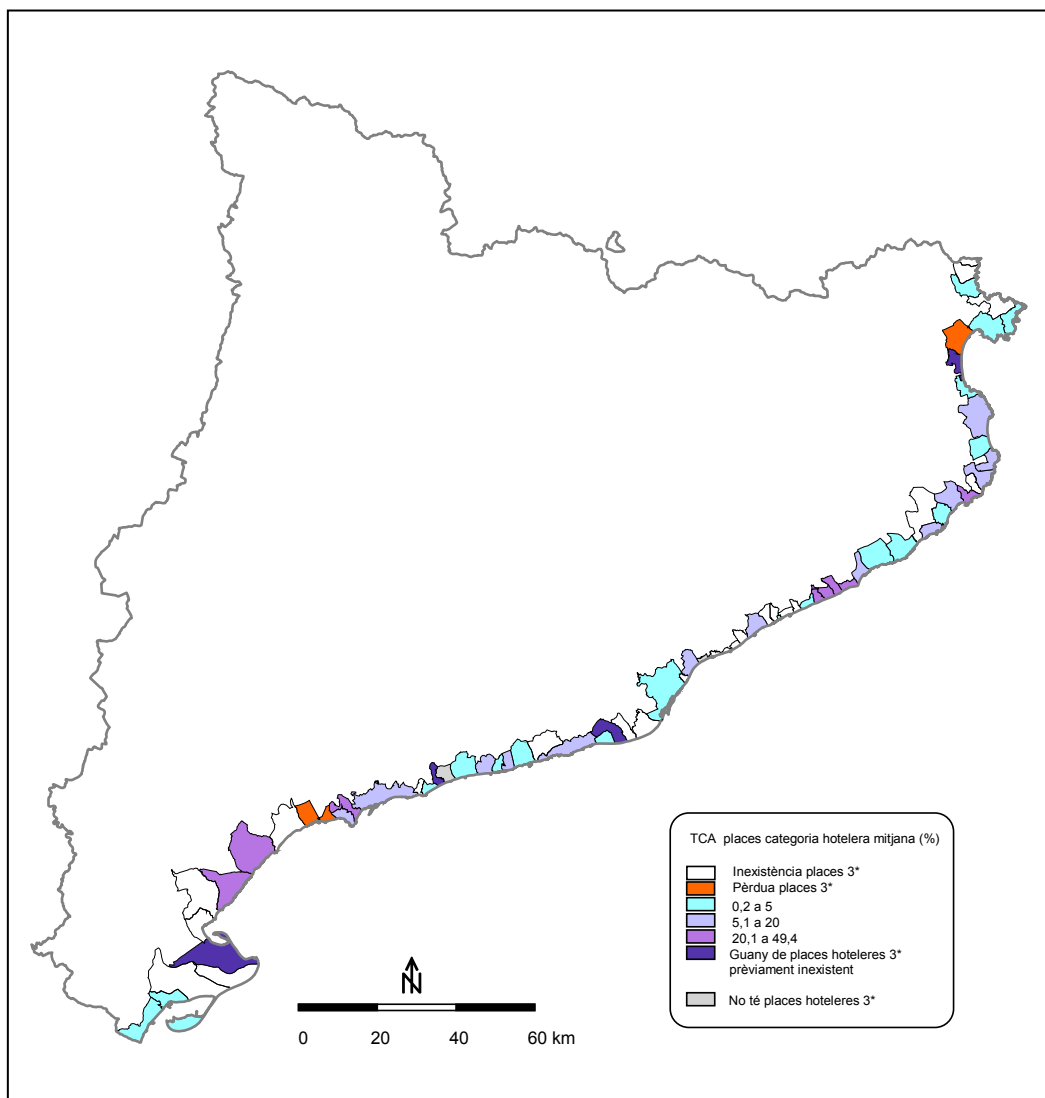
A la Costa del Garraf, Sitges i Cubelles presenten un creixement moderat en la categoria hotelera mitjana, que s'explica principalment per la desaparició de places de gamma baixa. En canvi, en els municipis de Castelldefels i Vilanova i la Geltrú el fenomen té menor incidència. Pel que fa a Gavà, guanya places de tres estrelles que anteriorment no tenia, amb l'obertura d'un petit hotel de 84 places.

A la Costa Daurada, dos són els nuclis que aconsegueixen un elevat creixement en la categoria hotelera mitjana, Vila-seca i Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant. En el primer cas per la conversió en la seva totalitat de les places de dos a tres estrelles, i en el segon per la creació de nous hotels d'aquest segment. A continuació, amb creixements moderats estan els nuclis de Calafell, Tarragona i Salou, poblacions que en la última dècada han centrat els seus esforços més aviat en augmentar les places del segment alt (quatre i cinc estrelles). Els municipis amb una baixa taxa de creixement corresponen a Cunit, Torredembarra i El Vendrell, ja que la seva planta hotelera ha patit poques modificacions en aquest segment. Per finalitzar, Creixell aconsegueix obrir un

hotel de tres estrelles (no disposa de cap altre hotel) i Cambrils perd places de tres estrelles, a favor de qualificar-les en la categoria alta.

A les Terres de l'Ebre, amb una capacitat hotelera força limitada, destaca per l'elevat creixement en la categoria mitjana, el nucli de Deltebre, que passa a tenir dos hotels de tres estrelles. L'Ametlla de Mar, que qualifica en part les seves places hoteleres, manifesta un creixement moderat. En contraposició, amb un reduït creixement es troben Sant Carles de la Ràpita i Alcanar, nuclis on la planta hotelera ha sofert pocs canvis durant el període 1994-2004.

**Mapa 13. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera mitjana dels municipis del litoral català (1994-2004)**



Font: Elaboració pròpia.

**Fitxa 14. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera alta dels municipis del litoral català (1994-2004)**

Tipus d'Indicador: Turístic

Descripció de l'Indicador:

$$\text{TCAH} = \left( \left( \sqrt[10]{\frac{\text{TAH}_{(2004)}}{\text{TAH}_{(1994)}}} \right) - 1 \right) \times 100$$

$$\text{TAH} = \frac{\text{places}_{\text{hoteleres}_{4i5\text{ estrelles}}}}{\text{places}_{\text{hoteleres}_{3\text{ estrelles}}}} \times 100$$

Font: Hotels. Catalunya Guia. Departament de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya. Any: 1994 i 2004

**COMENTARI**

Una part de l'empresariat hotelier conscient de què el turisme de sol i platja s'ha convertit en un mercat saturat, amb una rendibilitat decreixent front les noves tendències de la demanda, ha emprès iniciatives remarcables per atraure a un turista de major poder adquisitiu. Les principals accions han estat encaminades a millorar les instal·lacions o bé a la construcció de nous hotels de gamma alta. Amb l'objectiu d'analitzar l'evolució d'aquesta oferta d'important valor afegit (quatre i cinc estrelles) s'ha utilitzat la taxa de creixement acumulativa de categoria hotelera alta, que posa en relació el percentatge de les places hoteleres de quatre i cinc estrelles respecte a les places hoteleres de tres estrelles. Tanmateix, el seu càlcul aporta només una idea aproximada de la qualitat dels establiments hotelers, ja que la variable estrelles, no sempre correspon amb la qualitat dels serveis oferts (situació que és menys freqüent en els hotels de cinc estrelles).

En el conjunt del litoral català, el percentatge de places hoteleres de quatre i cinc estrelles ha augmentat durant en els últims deu anys. Mentre que en el 1994 representava el 13,38%, ja en el 2004 havia incrementat en més de deu punts, fins arribar al 26,62%. No obstant, la seva distribució territorial és poc

homogènia, dels 70 nuclis que conformen el litoral català tan sols 25 disposen d'oferta hotelera de gamma alta, i el 74,08% de l'oferta d'aquest segment es concentra en quatre municipis, que per ordre en nombre de places són Barcelona, Lloret de Mar, Vila-seca i Salou.

Ara bé, si l'anàlisi es centra en l'evolució de les places hoteleres de categoria alta. Cal destacar per la seva dinàmica, els municipis de Calafell, El Vendrell, Altafulla, Salou i Cambrils, tots ells de la Costa Daurada, ja que incorporen en la seva oferta hotelera places del segment de quatre i cinc estrelles, prèviament inexistents el 1994. Dues han estat les vies per aconseguir-ho:

- Qualificació d'alguns hotels de tres estrelles, i fins i tot de dues com a Calafell.
- Construcció de nous hotels: en El Vendrell a partir de la rehabilitació de l'Antic Sanatori de Sant Joan de Déu s'ha construït l'Hotel Ra (2003) de cinc estrelles, especialitzat en talasoterapia. A Altafulla s'ha rehabilitat un antic convent de monges de principis del segle XVII per convertir-lo en l'Hotel El Gran Claustre (2004), de quatre estrelles. En el cas de Salou, durant el període 1999-2003 s'han creat deu hotels de quatre estrelles que sumen un total de 5.620 places, sis d'ells preparats per rebre un mercat de negocis i convencions. Mentre que a Cambrils, s'han construït dos hotels de quatre estrelles, l'Hotel Mas Gallau (1995) i el Tryp Port Cambrils (2002).

Amb una mateixa evolució es troben els municipis de Malgrat de Mar a la Costa del Maresme i Sant Carles de la Ràpita a les Terres de l'Ebre. En el primer cas per la instal·lació d'un nou hotel de quatre estrelles i la qualificació d'un altre de tres que ha passat a ser de quatre, i en el segon degut a la construcció en el 2003 de l'únic hotel de quatre estrelles existent a la destinació.

A continuació, amb un elevat creixement en el nombre de places de categoria alta, es situa tan sols el nucli de Lloret de Mar, localitat amb una forta especialització hotelera, que ha realitzat una important tasca de requalificació de la seva planta. Durant el període 1994-2004, aproximadament 3.500 places d'hotels de tres estrelles han passat a ser de quatre, al mateix temps que un

hotel de quatre estrelles ha adquirit la categoria de cinc (210 places). Aquestes transformacions responen a la necessitat per part de l'empresari privat d'adaptar-se a un client cada vegada més experimentat i exigent amb la qualitat del serveis i els productes que li ofereixen. De totes maneres, també s'inclouria en aquest grup el municipi de Santa Cristina d'Aro, que si bé augmenta en un 30% les places de categoria alta, no es pot calcular la TCAH, ja que no té places de tres estrelles.

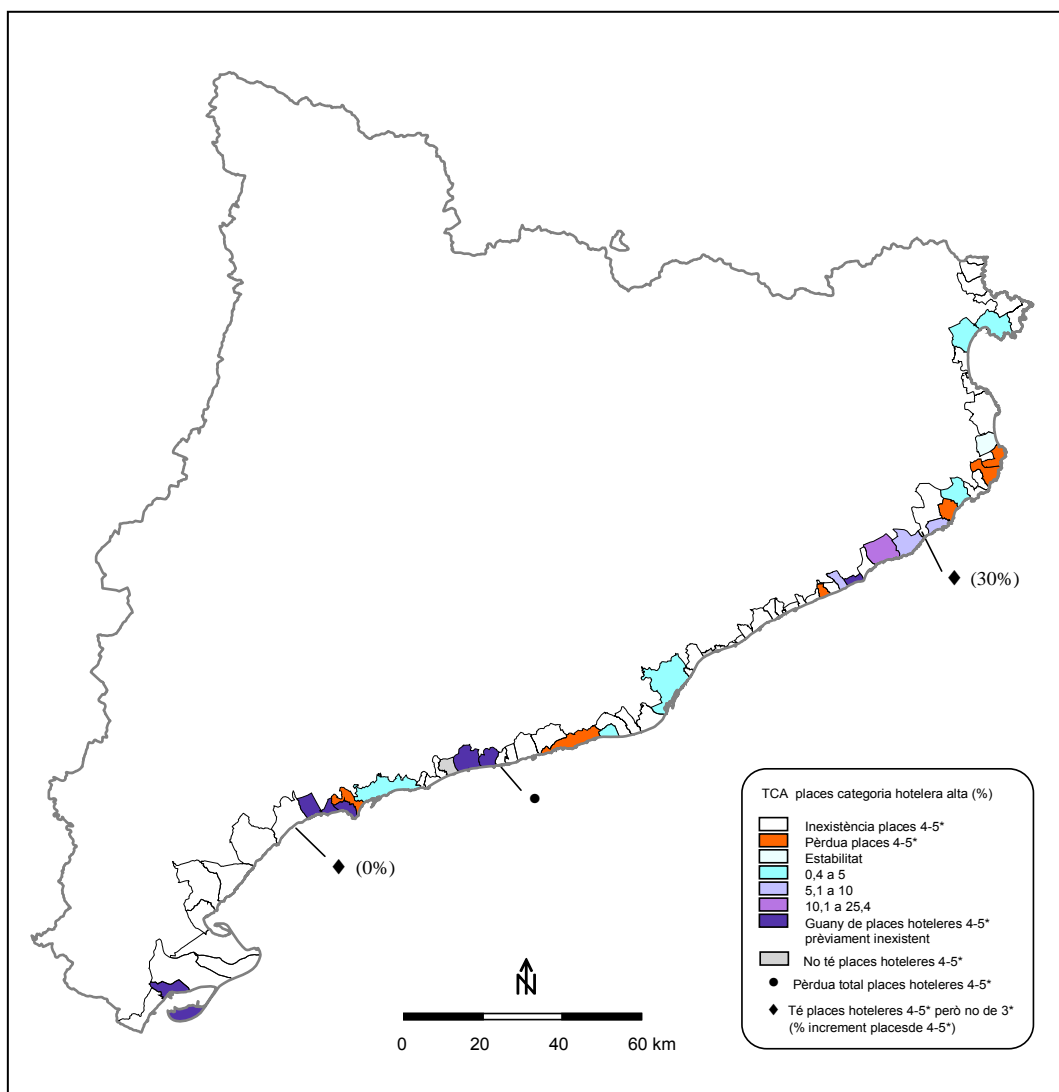
Els municipis de Sant Feliu de Guíxols i Tossa de Mar, presenten un creixement moderat en la categoria alta, a través de la transformació d'hotels de tres a quatre estrelles o amb la creació de nous, encara que el resultat és inferior a l'anterior. Tanmateix, el nucli de Santa Susanna, malgrat registrar un augment significatiu en el nombre de places de quatre estrelles, obté una taxa moderada, ja que ho contraresta l'important increment del nombre de places de tres estrelles (més de 3.000 places).

Els municipis amb un creixement baix o molt baix en la categoria hotelera alta, es localitzen principalment a la Costa Brava, com Roses, Castelló d'Empúries, Calonge, Pals, Begur, Palafrugell i Castell-Platja d'Aro. Als que s'afegeixen els nuclis de Calella de Mar, Barcelona, Castelldefels, Sitges, Tarragona i Vila-seca. Diverses són les situacions que comporten aquestes baixes taxes de creixement:

1. Pèrdua de places de quatre i cinc estrelles: en el nucli de Palafrugell hi havia un únic hotel de quatre estrelles (108 places) que durant el període 1994-2004 ha passat a ser de tres. A canvi se n'ha creat un de nou de la mateixa categoria amb 18 places, a partir de la restauració d'un antic hostel junt a una ermita del segle XVIII ubicada en el Far de Sant Sebastià. En un cas aïllat, fins i tot desapareixen totalment les places de categoria alta (Cubelles).
2. Estabilitat en el nombre de places de quatre i cinc estrelles: Pals, Castell-Platja d'Aro i Mont-roig del Camp.
3. Parteixen de taxes de qualitat elevades: Begur, Barcelona, Sitges, Tarragona i Vila-seca, on les places de categoria alta tenen un major pes que les de categoria mitjana.

4. Augment de les places de qualitat alta però en menor mesura que ho fan les de categoria mitjana: Calella de Mar.
5. Reduït increment en el nombre de places de quatre i cinc estrelles: Roses, Castelló d'Empúries, Calonge, Castelldefels.

**Mapa 14. Taxa de creixement acumulativa de les places de categoria hotelera alta dels municipis del litoral català (1994-2004)**



Font: Elaboració pròpia.



## **ANNEX II. ELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA. MÈTODE DELPHI: PROCEDIMENT I MODEL D'ENTREVISTA**

### **PROCEDIMENT DE L'ESTUDI**

1. S'establirà una entrevista personal per tal de contestar el qüestionari.
2. S'analitzarà la informació que l'expert haurà aportat i es reelaborarà el qüestionari. Se li remetrà de nou el qüestionari acompanyat d'informació quantitativa estadística, en el que es reflectirà l'opinió de grup.
3. L'expert haurà de respondre el qüestionari, tenint en compte els resultats obtinguts pel grup, haurà d'oferir raons per canviar o no de resposta si es troba fora del rang interquartílic superior a 1.
4. Es processarà la informació de forma similar a la indicada en la ronda anterior i es remetrà de nou, l'expert haurà de reconsiderar les respostes de la segona ronda, a partir dels resultats generals, acompanyat de les raons per canviar o no les seves respostes si es troba fora del rang interquartílic.
5. Amb la informació obtinguda es procedirà a l'anàlisi i interpretació final dels resultats.

El qüestionari es subdivideix en quatre apartats que són els següents:

- A. Caracterització de la destinació:** es tracta de detectar les principals debilitats-fortaleses de la destinació, conèixer la situació del sector empresarial turístic i el tipus de política municipal relacionada directa o indirectament amb el sector.
- B. Valoració del pla d'excel·lència:** es tindrà en compte el coneixement del pla i de les actuacions, l'avaluació de les actuacions desenvolupades i el nivell de participació del sector privat.
- C. Valoració dels impactes del pla d'excel·lència:** s'avaluarà l'impacte territorial, social i turístic.

**D. Valoració global:** consisteix en valorar el funcionament dels plans d'excel·lència turística com a instrument per millorar la destinació turística.

Per emplenar aquest qüestionari es requereix d'una hora aproximadament, les seves respostes seran confidencials i tractades de forma conjunta amb la resta de participants de l'estudi.

## QÜESTIONARI

### A) Caracterització de la destinació

1- El coneixement de la destinació és fonamental per poder avaluar el grau d'adaptació entre les estratègies proposades en el pla d'excel·lència turística i les debilitats-fortaleses detectades. Valori en una escala de **1 (molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 1. Qüestionari sobre les principals fortaleses i debilitats de la destinació**

PRINCIPALS FORTALESES DESTINACIÓ	GRAU D'ACORD
Bon estat de les infraestructures i serveis bàsics (abastament d'aigua, sanejament, residus sòlids, electricitat, enllumenat, gas, telefonia, seguretat)	1-2-3-4-5
Bones infraestructures de comunicacions i transport	1-2-3-4-5
Accessos adequats a la zona turística	1-2-3-4-5
Àmplia oferta complementària	1-2-3-4-5
Imatge consolidada	1-2-3-4-5
Ús turístic del patrimoni històric	1-2-3-4-5
Ús turístic del patrimoni natural	1-2-3-4-5
Important oferta hotelera	1-2-3-4-5
Bon estat de les platges	1-2-3-4-5

PRINCIPALS DEBILITATS DESTINACIÓ	GRAU D'ACORD
Paisatge urbà deteriorat	1-2-3-4-5
Congestió de la destinació	1-2-3-4-5
Baixa qualitat de l'oferta d'allotjaments	1-2-3-4-5
Manca de formació	1-2-3-4-5
Falta de potenciació dels recursos culturals i naturals	1-2-3-4-5
Turisme amb un escàs nivell de despesa	1-2-3-4-5
Marcada estacionalitat turística	1-2-3-4-5
Baix nivell sensibilització de la població resident	1-2-3-4-5

Font: Elaboració pròpia.

2- El sector empresarial turístic és una peça clau en el desenvolupament de l'activitat, ja que ofereix una bona part dels serveis i equipaments. Valori la situació de l'empresariat turístic de la destinació, durant els darrers deu anys, en una escala de **1(molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 2. Qüestionari sobre el sector empresarial turístic de la destinació**

SECTOR EMPRESARIAL TURÍSTIC	GRAU D'ACORD
El grau d'associacionisme empresarial turístic en la destinació és elevat	1-2-3-4-5
Existeix un bon nivell de consens dins el sector empresarial turístic	1-2-3-4-5
En els darrers anys les empreses turístiques han dedicat una part de la seva inversió a la millora dels seus equipaments	1-2-3-4-5
En els darrers anys el sector empresarial està realitzant importants esforços per elevar la qualitat dels seus serveis	1-2-3-4-5
El sector empresarial turístic durant els darrers anys s'ha preocupat per la formació dels seus treballadors	1-2-3-4-5
Les empreses turístiques han creat nous productes i serveis que no són estàndards	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

3- L'administració local és la més propera al ciutadà i la que s'encarrega de donar serveis públics essencials per al desenvolupament de l'activitat turística. Per tant, és d'interès valorar quin ha estat el nivell d'importància que ha donat la política municipal a una sèrie d'actuacions directa o indirectament relacionades amb l'activitat, durant els darrers deu anys en una escala de **1 (molt baixa) a 5 (molt elevada)**.

**Quadre 3. Qüestionari sobre el paper de l'administració local de la destinació**

ADMINISTRACIÓ LOCAL	GRAU D'IMPORTÀNCIA
Millora dels equipaments urbans (construcció passeig marítim, palau de congressos, millora de les platges, pàrquings, mobiliari urbà, etc.)	1-2-3-4-5
Millora dels serveis urbans (aigua potable, enllumenat públic, xarxa de clavegueram, recollida d'escombreries i neteja viària, seguretat, etc.)	1-2-3-4-5
Recuperació d'espais naturals	1-2-3-4-5
Rehabilitació del patrimoni històrico-cultural	1-2-3-4-5
Implantació de mecanismes de gestió ambiental (agenda 21, Municipi Turístic Sostenible, EMAS, ISO)	1-2-3-4-5
Desestacionalització de l'activitat turística	1-2-3-4-5
Definició d'estratègies capaces de corregir i establir nous paràmetres de creixement urbanístics	1-2-3-4-5
Polítiques dirigides a la creació d'un territori equilibrat, amb diversificació d'activitats complementàries	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

## B) Valoració del pla d'excel·lència

4- Amb la firma del conveni del pla d'excel·lència turística, l'ajuntament es compromet a procurar el coneixement, la difusió de la filosofia i els objectius del pla entre la població i els agents turístics del municipi. Valori el nivell de coneixement del pla per part de la població resident, turista i empresaris del sector, en una escala de **1 (molt desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 4. Qüestionari sobre el nivell de coneixement del pla d'excel·lència de la destinació**

NIVELL CONEIXEMENT DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA	GRAU D'ACORD
Més del 40% de la <b>població resident</b> té coneixement de l'existència d'un pla a la destinació	1-2-3-4-5
Més del 40% del <b>turistes</b> tenen coneixement sobre el desenvolupament del pla en la destinació visitada	1-2-3-4-5
La majoria del <b>sector empresarial turístic</b> té coneixement de l'existència d'un pla en la destinació	1-2-3-4-5
La majoria del <b>sector empresarial turístic</b> coneix els objectius del pla de la destinació	1-2-3-4-5

Font: Elaboració pròpia.

5- En el conveni, l'ajuntament també es compromet a difondre informació respecte les actuacions desenvolupades pel pla d'excel·lència turística. Valori el nivell de coneixement de les actuacions per part de la població i del turista, en una escala de **1 (nul coneixement) a 5 (molt elevat coneixement)**.

**Quadre 5. Qüestionari sobre el nivell de coneixement de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

TIPUS D'ACTUACIONS	NIVELL CONEIXEMENT	
	POBLACIÓ	TURISTA
Condicionament i millora platges	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Dotació d'equipaments	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Millora accessos	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Recuperació urbanística	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Diversificació i enriquiment de l'oferta	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Medi ambient	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Formació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Màrqueting i comunicació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Gestió i dinamització empresarial	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5

Font: Elaboració pròpia.

6- A continuació es tracta d'avaluar el nivell d'utilització de les actuacions per part de la població i del turista, en una escala de **1 (poc utilitzades)** a **5 (molt utilitzades)** valori els àmbits d'actuació.

**Quadre 6. Qüestionari sobre el nivell d'utilització de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

TIPUS D'ACTUACIONS	NIVELL UTILITZACIÓ	
	POBLACIÓ	TURISTA
Condicionament i millora platges	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Dotació d'equipaments	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Millora accessos	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Recuperació urbanística	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Diversificació i enriquiment de l'oferta	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Medi ambient	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Formació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Màrqueting i comunicació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Gestió i dinamització empresarial	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

7- A continuació es tracta d'avaluar el nivell de satisfacció de les actuacions per part de la població i del turista, en una escala de **1 (nul)** a **5 (molt alt)** valori els àmbits d'actuació.

**Quadre 7. Qüestionari sobre el nivell de satisfacció de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

TIPUS D'ACTUACIONS	NIVELL SATISFACCIÓ	
	POBLACIÓ	TURISTA
Condicionament i millora platges	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Dotació d'equipaments	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Millora accessos	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Recuperació urbanística	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Diversificació i enriquiment de l'oferta	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Medi ambient	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Formació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Màrqueting i comunicació	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Gestió i dinamització empresarial	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

8- És molt important la participació del sector empresarial turístic en el desenvolupament del pla d'excel·lència turística, ja que ell es el qui coneix de primera mà la dinàmica de l'activitat i sobretot les noves exigències de la demanda. Per tant, pot aportar idees valuoses per millorar l'oferta i la qualitat de la destinació. A continuació valori les següents afirmacions sobre el paper del sector privat del **1 (molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 8. Qüestionari sobre el paper del sector privat en el desenvolupament del pla d'excel·lència de la destinació**

EL PAPER DEL SECTOR PRIVAT	GRAU D'ACORD
En el desenvolupament del pla d'excel·lència han estat representats bona part del subsectors empresarials turístics de la destinació (hoteler, campista, apartamentista, comerç, restauració, etc.)	1-2-3-4-5
El sector privat ha participat activament en el diagnòstic i proposta d'actuacions	1-2-3-4-5
El sector privat ha participat econòmicament en accions complementàries al pla d'excel·lència	1-2-3-4-5

Font: Elaboració pròpia.

### C) Valoració dels impactes del pla d'excel·lència

9- Una altra de les qüestions a tractar fa referència a l'impacte que ha generat el pla d'excel·lència turística sobre el territori. Valori el grau d'acord de les següents afirmacions, en una escala de **1 (molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 9. Qüestionari sobre l'impacte territorial del pla d'excel·lència de la destinació**

IMPACTE TERRITORIAL	GRAU D'ACORD
Les actuacions plantejades han tingut un tractament espacialment integral	1-2-3-4-5
Ha fomentat estratègies d'incorporació i articulació entre els diferents espais litorals	1-2-3-4-5
Ha comportat millores en l'estructura urbano-turística	1-2-3-4-5
Ha ajudat a valoritzar el territori	1-2-3-4-5

Font: Elaboració pròpia.

10- També és d'interès conèixer quins han estat els impactes socials que ha comportat el desenvolupament del pla d'excel·lència turística. Valori les següents afirmacions de **1 (molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 10. Qüestionari sobre l'impacte social del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>IMPACTE SOCIAL</b>	<b>GRAU D'ACORD</b>
Ha augmentat el grau de sensibilització de la població local respecte la necessitat de donar un bon tracte als turistes	1-2-3-4-5
La població local s'ha vist involucrada en el desenvolupament del pla	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

11- És fonamental avaluar l'impacte del pla d'excel·lència turística sobre l'activitat, ja que aquest instrument s'ha creat específicament per intentar corregir les deficiències i debilitats de les destinacions turístiques consolidades. Indiqui el grau d'acord de les següents actuacions que poden haver-se dut a terme des de l'administració local i des del sector privat, en una escala de **1 (molt en desacord) a 5 (molt d'acord)**.

**Quadre 11. Qüestionari sobre l'impacte turístic del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>IMPACTE SOBRE L'ACTIVITAT TURÍSTICA</b>	<b>GRAU D'ACORD</b>
Ha fomentat l'increment de la qualitat dels establiments turístics	1-2-3-4-5
Ha millorat la qualitat dels serveis turístics públics	1-2-3-4-5
Ha potenciat productes preexistents	1-2-3-4-5
Ha posat en valor recursos naturals	1-2-3-4-5
Ha posat en valor recursos culturals	1-2-3-4-5
Ha potenciat la creació d'ofertes específiques	1-2-3-4-5
S'ha fomentat un desenvolupament sostenible de l'activitat	
El pla ha promogut la incorporació de nous empresaris a les associacions existents o fins i tot a la creació de noves	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**

## D) Valoració global

12- Per últim, es pretenen avaluar els resultats aconseguits amb el desenvolupament d'un pla d'excel·lència turística, a través del nivell de coordinació i implicació dels diferents agents turístics, del compliment dels objectius, de la seva repercussió i continuïtat. Indiqui el grau d'acord de les següent afirmacions, en una escala de **1(molt en desacord)** a **5 (molt d'acord)**.

**Quadre 12. Qüestionari sobre la valoració global del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>VALORACIÓ GLOBAL DELS RESULTATS</b>	<b>GRAU D'ACORD</b>
S'ha aconseguit dinamitzar la destinació	1-2-3-4-5
Ha augmentat la cooperació entre el sector públic i privat	1-2-3-4-5
Ha augmentat el nivell de consciència dels agents turístics sobre la necessitat de millorar la destinació	1-2-3-4-5
El Pla mereix una valoració global positiva	1-2-3-4-5

**Font: Elaboració pròpia.**



## ANNEX III. REGISTRE DE PERSONES ENTREVISTADES

### 1. Lloret de Mar

Quadre 13. Persones entrevistades Lloret de Mar

Lloret de Mar	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidora de Turisme de Lloret de Mar	14-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent de Lloret Turisme	14-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	President del Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar	13-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació d'Agències de Viatge Receptives	15-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació de Bars i Restaurants de Lloret de Mar	15-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Telefònica
	Director del Càmping Santa Elena	13-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	Director del parc aquàtic Water World	15-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
Societat	President de l'Associació de Comerciants	13-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	Membre de l'Associació Ciutadana Sos Lloret	13-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail
	Membre del grups de treball de l'Agenda Local XXI	15-06-2005	22-06-2005	Entrevista personal	Mail

Font: Elaboració pròpia.

## 2. Calella de Mar

**Quadre 14. Persones entrevistades Calella de Mar**

Calella de Mar	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidor de Turisme de Calella de Mar	3-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent del Patronat de Turisme de Calella de Mar	4-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	President del Gremi d'Hostaleria de Calella i l'Alt Maresme	3-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Telefònica
	President de l'Associació Turística Calella	3-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
	Director de l'Hotel Bernat II	2-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
	Director Càmping Botànic Bona Vista	4-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
	President del grup turístic Serhs	2-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
Societat	President de l'Associació de Comerciants de Calella Centre Comercial	4-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail
	Professor de cuina a l'IES Bisbe Sivilla	2-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Telefònica
	Responsable de l'Associació Cívica Capaspre	4-05-2005	10-05-2005	Entrevista personal	Mail

Font: Elaboració pròpia.

### 3. Sitges

**Quadre 15. Persones entrevistades Sitges**

Sitges	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidor de Turisme de Sitges	6-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent del Pla d'Excel·lència Turística de Sitges	7-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	President de l'Associació d'Hostaleria de Sitges	7-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Director del Càmping Garrofer	6-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'associació El Club de Tast	7-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Director Hotel Estela	8-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Responsable d'Agisitges	8-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail
Societat	Director del diari local l'Eco de Sitges	6-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Telefònica
	President de l'organisme Foment del Turisme de Sitges	8-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Telefònica
	President de la Federació de Comerciants de Sitges	6-04-2005	13-04-2005	Entrevista personal	Mail

Font: Elaboració pròpia.

## 4. El Vendrell

**Quadre 16. Persones entrevistades El Vendrell**

El Vendrell	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidor de Turisme de El Vendrell	29-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent del Pla d'Excel·lència Turística de El Vendrell	30-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	Directora de l'Hotel Rambles	30-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Conservadora de la Vila Casals-Museu Pau Casals	29-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Director del Centre de Golf El Vendrell	29-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
	Directora del Càmping El Vendrell Platja	29-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'associació Les Cuines de El Vendrell	31-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Telefònica
Societat	Membre del Grup Ecologista El Vendrell (GEVEN)	2-04-2005	12-04-2005	Entrevista personal	Telefònica
	Presidenta de l'Associació de Comerciants de El Vendrell Platja	31-03-2005	12-04-2005	Entrevista personal	Telefònica
	Director del Diari del Baix Penedès	30-03-2005	8-04-2005	Entrevista personal	Mail

**Font: Elaboració pròpia.**

## 5. Salou

**Quadre 17. Persones entrevistades Salou**

Salou	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidor de Turisme de Salou	9-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent del Patronat de Turisme de Salou	9-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	Gerent de l'Estació Nàutica Salou –Cambrils-Mont-roig/Miami Platja	10-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació Hotelera Salou-Cambrils-La Pineda	2-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació d'Apartaments Turístics de la Costa Daurada	10-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Director Viatges Ultramar Express	10-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Propietari del Restaurant Casa Font	11-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Telefònica
Societat	Responsable del Centre d'Estudis Salouencs	11-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació de Comerciants de Salou	2-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Directora de la revista El Faro de Salou	2-02-2005	15-02-2005	Entrevista personal	Mail

Font: Elaboració pròpia.

## 6. Cambrils

**Quadre 18. Persones entrevistades Cambrils**

Cambrils	Persones Entrevistades	1ª Ronda	2ª Ronda	Via de contacte 1ª Ronda	Via de contacte 2ª Ronda
Administració	Regidora de Turisme de Cambrils	16-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Gerent del Patronat de Turisme de Cambrils	17-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
Sector Privat	President de l'Associació d'Hotels Familiars	16-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Agrupació de Càmpings	17-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació d'Apartaments	16-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de l'Associació de Restauradors	17-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Telefònica
	President de l'Associació d'Empresaris de Cambrils	18-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
Societat	Director de la Revista de Cambrils	18-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	Membre del Grup d'Estudi i Protecció dels Ecosistemes del Camp (GEPEC)	16-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail
	President de la Unió de Botiguers de Cambrils	17-02-2005	25-02-2005	Entrevista personal	Mail

**Font: Elaboració pròpia.**

## ANNEX IV. RESULTATS MÈTODE DELPHI

### A) CARACTERITZACIÓ DE LA DESTINACIÓ

Quadre 19. Resultats qüestionari sobre les principals forteses i debilitats de la destinació

Fortaleses	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
Bones infraestructures i serveis bàsics	4	3	3	2,5	3	3	3,08
Bones comunicacions i transports	1,50	4	4	4	3	2	3,08
Accessos adequats zona turística	2,50	2	3	3	3	2	2,58
Àmplia oferta complementària	3	3	3	3	2,50	3	2,92
Imatge consolidada	5	4	4,50	2,50	4	4	4
Ús turístic patrimoni històric	3	2	4	4	3	3	3,17
Ús turístic patrimoni natural	3	2	2	2	2	2,5	2,25
Important oferta hotelera	5	4	4	3	4	3	3,83
Bon estat platges	5	4	3	4	4	4	4
<b>Debilitats</b>							
Paisatge urbà deteriorat	3,50	4	3	2	3	3	3,08
Congestió destinació	3	4	3	2,50	4	4	3,42
Baixa qualitat oferta allotjaments	3,50	2	2	2	2	2,5	2,33
Manca formació	3,50	4	2	4	4	3	3,42
Falta potenciació recursos culturals i naturals	4	4	3	2	3	3	3,17
Turisme amb escàs nivell despesa	4	4,50	2,50	4	3,50	3	3,58
Marcada estacionalitat turística	4	5	2	5	3,50	4	3,92
Baix nivell sensibilització població resident	3,50	2	2	3	3,50	3	2,83

Font: Elaboració pròpia.

**Quadre 20. Resultats qüestionari sobre el sector empresarial turístic de la destinació**

Sector empresarial	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
Elevat grau associacionisme	4	4	4	4	3	4	3,83
Bon consens	2	2,50	4	3	2	4	2,92
Inversió per millorar els equipaments	4	4	4	4	4	4	4
Inversió per elevar la qualitat dels serveis	3	4	3,50	4	4	4	3,75
Preocupació per la formació dels treballadors	2	2	4	2	3	3,50	2,75
Creació de nous productes i serveis no estàndards	2	2	3,50	3	3	2,50	2,67

Font: Elaboració pròpia.

**Quadre 21. Resultats qüestionari sobre el paper de l'administració local de la destinació**

Administració local	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
Millora equipaments urbans	3	3	2	3,50	4	3,50	3,17
Millora serveis urbans	3	2,50	2,50	3	3	4	3
Recuperació d'espais naturals	1	2,50	2	2	3	3	2,25
Rehabilitació patrimoni històric-cultural	2	2	3,50	4	3	3	2,92
Implantació mecanismes de gestió ambiental	2,50	1	3	3	2	4	2,58
Desestacionalització de l'activitat turística	2	2	3	3	3	3	2,67
Definició nous paràmetres de creixement urbanístics	1	2	2	2	2	3	2
Diversificació econòmica	1	2	2	3	2	3	2,17

Font: Elaboració pròpia.



## B) VALORACIÓ DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA

**Quadre 22. Resultats qüestionari sobre el nivell de coneixement del pla d'excel·lència de la destinació**

Nivell coneixement del Pla	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
La major part de la població té coneixement del pla	2	3,50	4	1,50	1	1	2,17
La major part dels turistes tenen coneixement del pla	1	1	1	1	1	1	1
La majoria del sector empresarial turístic té coneixement del pla	4	5	4	5	3	4	4,17
La majoria del sector empresarial turístic coneix els objectius del pla	3	3	4	4	2,50	3,50	3,33

**Font: Elaboració pròpia.**

**Quadre 23. Resultats qüestionari sobre el nivell de coneixement de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>Coneixement actuacions població</b>	<b>Lloret de Mar</b>	<b>Calella de Mar</b>	<b>Sitges</b>	<b>El Vendrell</b>	<b>Salou</b>	<b>Cambrils</b>	<b>Mediana</b>
Condicionament i millora platges		2	2	2	1	1	1,60
Dotació d'equipaments	2		2	2	1	1	1,60
Millora accessos		2	2	2		1	1,75
Recuperació urbanística	2	3	2	1,50	1,50		2
Diversificació i enriquiment de l'oferta	2	2	2	2	1,50	1	1,75
Medi ambient		2		2		1	1,67
Formació				1,50	1		1,25
Màrqueting i comunicació		2	2	2	1,50	1	1,70
Gestió i dinamització empresarial			2	2			2
<b>Coneixement actuacions turista</b>							
Condicionament i millora platges		1	1,50	1	1	1	1,10
Dotació d'equipaments	1		1,50	1	1	1	1,10
Millora accessos		1	1,50	1		1	1,13
Recuperació urbanística	1	1	1	1	1		1
Diversificació i enriquiment de l'oferta	1	1	1	1	1	1	1
Medi ambient		1		1		1	1
Formació				1	1		1
Màrqueting i comunicació		1	1	1	1	1	1
Gestió i dinamització empresarial			1	1			1

**Font: Elaboració pròpia.**

**Quadre 24. Resultats qüestionari sobre el nivell d'utilització de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

Nivell utilització actuacions població	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
Condicionament i millora platges		3,50		4	4,50	4	4
Dotació d'equipaments	2			4	3	4	3,25
Millora accessos		2,50		3		3	2,83
Recuperació urbanística	4	4	3	4	3		3,60
Diversificació i enriquiment de l'oferta	2	3		4	3	2	2,80
Medi ambient							
Formació				3	3		3
Màrqueting i comunicació		3	3	2	2	3	2,60
Gestió i dinamització empresarial				3			3
<b>Nivell utilització actuacions turista</b>							
Condicionament i millora platges		4		5	5	4	4,50
Dotació d'equipaments	4			4	4,50	4	4,13
Millora accessos		2		3		3	2,67
Recuperació urbanística	4	3	3	3	4		3,40
Diversificació i enriquiment de l'oferta	2,50	3		4	3,50	2	3
Medi ambient							
Formació				3	3		3
Màrqueting i comunicació		1,50	3	3	3	3	2,70
Gestió i dinamització empresarial				3			3

**Font: Elaboració pròpia.**

**Quadre 25. Resultats qüestionari sobre el nivell de satisfacció de les actuacions del pla d'excel·lència de la destinació**

Nivell satisfacció actuacions població	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
Condicionament i millora platges		2		4	4	4	3,50
Dotació d'equipaments	2,50			4	4	4	3,63
Millora accessos		3		3		3	3
Recuperació urbanística	4	3	3	4	4		3,60
Diversificació i enriquiment de l'oferta	2,50	2,50		4	3	3	3
Medi ambient							
Formació				3	2,50		2,75
Màrqueting i comunicació		2	2	3	3	3	2,60
Gestió i dinamització empresarial				3			3
<b>Nivell satisfacció actuacions turista</b>							
Condicionament i millora platges		2		4	4	4	3,50
Dotació d'equipaments	3			4	4	4	3,75
Millora accessos		2,50		3		3	2,83
Recuperació urbanística	3,50	3	3	4	4		3,50
Diversificació i enriquiment de l'oferta	3	2		4	4	3	3,20
Medi ambient							
Formació				4	4		4
Màrqueting i comunicació		2	3	3	4	3	3
Gestió i dinamització empresarial				3			3

**Font: Elaboració pròpia.**

**Quadre 26. Resultats qüestionari sobre el paper del sector privat en el desenvolupament del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>Paper del sector privat en el Pla</b>	<b>Lloret de Mar</b>	<b>Calella de Mar</b>	<b>Sitges</b>	<b>El Vendrell</b>	<b>Salou</b>	<b>Cambrils</b>	<b>Mediana</b>
Representació de bona part dels subsectors empresarials turístics	2,50	3	4	3,50	2,50	3	3,08
Participació activa en el diagnòstic i proposta d'actuacions	2	2,50	4	4	2,50	4	3,17
Participació econòmica en accions complementàries al pla	2	1	1,50	2	2,00	1,50	1,67

**Font: Elaboració pròpia.**

## C) VALORACIÓ DELS IMPACTES DEL PLA D'EXCEL·LÈNCIA

**Quadre 27. Resultats qüestionari sobre els impactes territorials, socials i turístics del pla d'excel·lència de la destinació**

<b>Impactes territorials</b>	<b>Lloret de Mar</b>	<b>Calella de Mar</b>	<b>Sitges</b>	<b>El Vendrell</b>	<b>Salou</b>	<b>Cambrils</b>	<b>Mediana</b>
Tractament espacialment integral	4	3,50	4	3	3	4	3,58
Incorporació i articulació entre els diferents espais litorals	1,50	2	2	2	3	2	2,08
Ha comportat millores en l'estructura urbano-turística	4	3	4	3	3	4	3,50
Ha ajudat a valoritzar el territori	3	2	4	3	3	3,50	3,08
<b>Impactes socials</b>							
Major sensibilització de la població local respecte al fenomen turístic	2	2	3	2	2	3	2,33
La població local s'ha vist involucrada en el desenvolupament del pla	2	2	2	1	1	2	1,67
<b>Impactes turístics</b>							
Increment qualitat establiments turístics	2,50	2	2	3,50	3	2	2,50
Millora qualitat serveis turístics públics	3,50	2	3	3	3	4	3,08
Potenciació productes preexistents	2	1,50	3	3,50	3	3,50	2,75
Posada en valor recursos naturals	3,50	2	3	2	3	3	2,75
Posada en valor recursos culturals	3	2	3	4	3	3	3,00
Creació d'ofertes específiques	2	1	3,50	4	2,50	3	2,67
Foment desenvolupament sostenible de l'activitat	3	2	3	2	2	2,50	2,42
Creació nous organismes gestió turística	2	1,50	3	4	1	2	2,25

**Font: Elaboració pròpia.**

## D) VALORACIÓ GLOBAL

**Quadre 28. Resultats qüestionari sobre la valoració global del pla d'excel·lència de la destinació**

Valoració global	Lloret de Mar	Calella de Mar	Sitges	El Vendrell	Salou	Cambrils	Mediana
S'ha aconseguit dinamitzar la destinació	2	1,50	3	2,50	2	3	2,33
Ha augmentat la cooperació entre el sector públic i privat	3	1,50	3	3,50	3	2,50	2,75
Major consciència agents turístics sobre la necessitat de millorar la destinació	3	3,50	3	4	4	4	3,58
El Pla mereix una valoració global positiva	4	2,50	4	4	4	4	3,75

**Font: Elaboració pròpia.**

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

LES POLÍTIQUES TURÍSTIQUES EN EL MARC DE LA REESTRUCTURACIÓ DE LES DESTINACIONS LITORALS.

AVALUACIÓ DELS PLANS D'EXCEL·LÈNCIA TURÍSTICA AL LITORAL CATALÀ.

Lorena Beas Secall

ISBN:978-84-692-415-8-5/DL:T-1170-2009