



# El valor económico de la playa

Víctor Yepes Piqueras

Doctor Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos

Profesor Titular de Universidad

Departamento de Ingeniería de la Construcción y Proyectos de Ingeniería Civil

[vyepesp@upv.es](mailto:vyepesp@upv.es)

<http://victoryepes.upv.es/>



INSTITUTO DE LA INGENIERÍA DE ESPAÑA



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



## Turismo

Actividad oportunista de crecimiento rápido.  
Creador de empleo y riqueza.

## Litoral

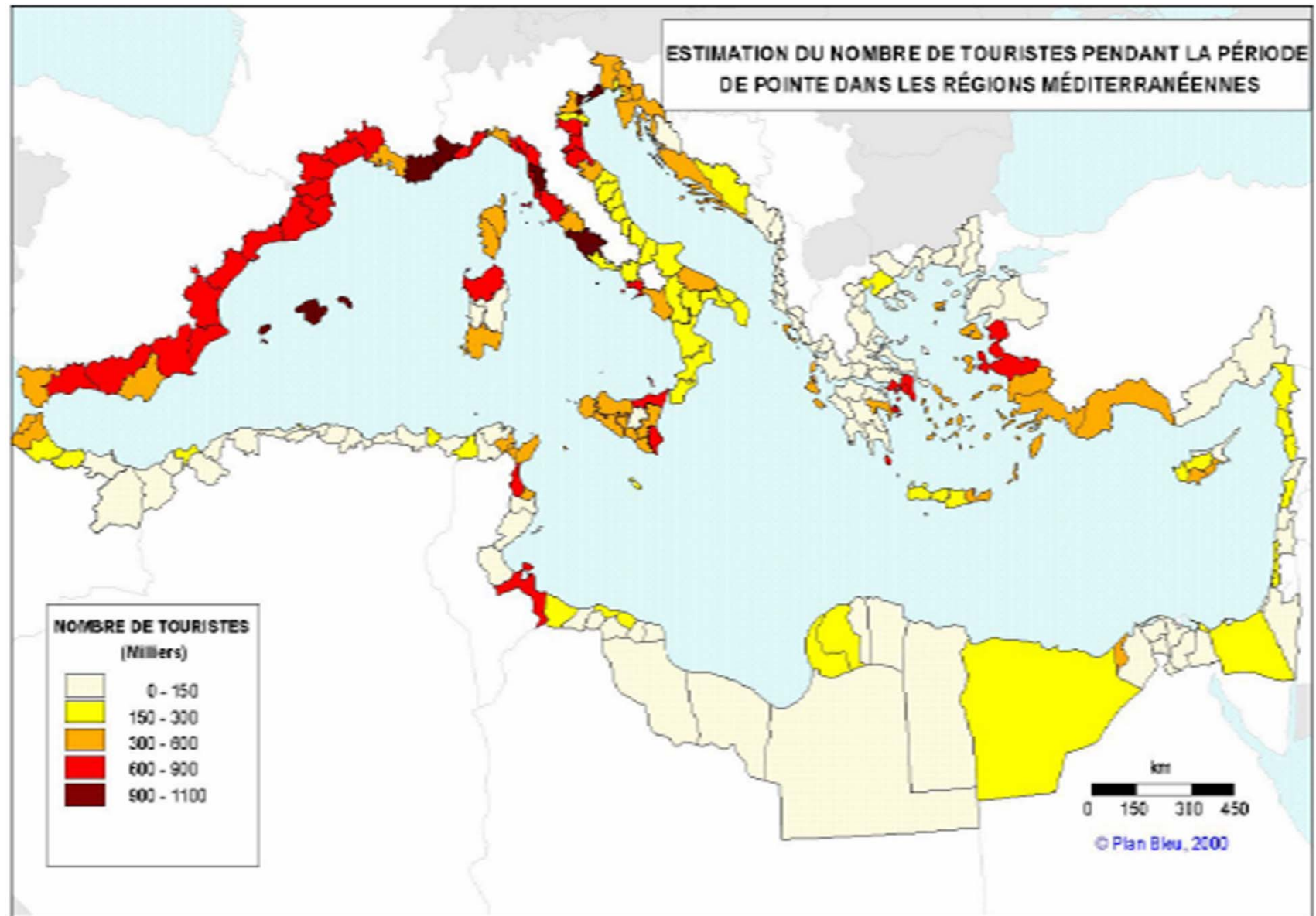
Sometido a gran presión.  
Múltiples usos.  
Pérdida paulatina de atractivos turísticos.





- Se estima que el 23% del total de la población mundial está en la costa a una zona a menos de 100 m de altura sobre el nivel del mar (Small and Nicholls 2003)
- La zona costera a menos de 10 m del nivel del mar solo es el 2% de la superficie, pero contiene al 10% de la población mundial (McGranahan et al. 2007)







- Durante el siglo XXI, entre **6000 y 17000 km<sup>2</sup>** de arena se pueden perder en el mundo debido a la erosión inducida por la subida del nivel del mar
- Entre **1,6 y 5,3 millones de personas** se verán forzadas a emigrar, con un coste asociado de entre **300.000 y 1.000.000 de millones de dólares**

Hinkel et al. (2013)



- La regeneración de las playas y la costa tendría un coste de **65.000 a 220.000 millones de dólares**, reduciría la pérdida de terreno de un 8 a un 14%, la pérdida de costa entre un 39 y 52%, la migración forzada entre un 56 y 68% y el coste de la migración forzada entre un 77 y 84%
- En términos absolutos, con o sin regeneración de playas, grandes países con mucha línea de costa serán los que tendrán los mayores costes, pero en términos relativos, las islas pequeñas parece que serán las más amenazadas por la erosión.

Hinkel et al. (2013)



**VENTAJA  
COMPARATIVA**

Recursos físicos,  
culturales,  
clima, playas,  
accesibilidad...

**VENTAJA  
COMPETITIVA**

Infraestructuras,  
habilidades de  
gestión, políticas  
gubernamentales...

**COMPETITIVIDAD  
DE UN DESTINO  
TURÍSTICO**





















# Las grandes cifras

1. El turismo en España supuso el 15,4% del PIB y el 15,8% del empleo total en 2013 (WTTC)
2. Los ingresos por turismo en 2014 fueron de 49.011 millones de euros, lo cual cubre más de 2/3 del déficit comercial
3. En 2014 llegaron 107,6 millones de visitantes extranjeros, de los cuales el 60.4% fueron turistas (Instituto de Turismo de España)
4. Los españoles realizaron 139.6 millones de viajes internos, de los cuales aproximadamente 1/3 fueron viajes turísticos y el resto de corta duración
5. Las vacaciones y el ocio motivaron la llegada del 82.4% de los turistas extranjeros y el 64.8% de los viajes turísticos internos de los españoles

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>



1. El turismo en España se basa en la preponderancia de las vacaciones y el ocio con un predominio de un turismo masivo denominado de “sol y playa”.
2. Las playas son los elementos de la oferta que proporcionan la magnitud más abultada de los flujos turísticos que se producen en España.
3. Las Comunidades Autónomas litorales fueron el destino del 90.0% de los turistas extranjeros y del 68.5% de los viajes turísticos de los españoles



# ¿Cuánto vale el m<sup>2</sup> de playa?





Los viajes y el turismo son la mayor industria del mundo y de los EE.UU., contribuyendo en 6,3 billones de dólares al PIB mundial y en 1,3 billones en el caso de EE.UU.

*World Travel and Tourism Council,  
2011*

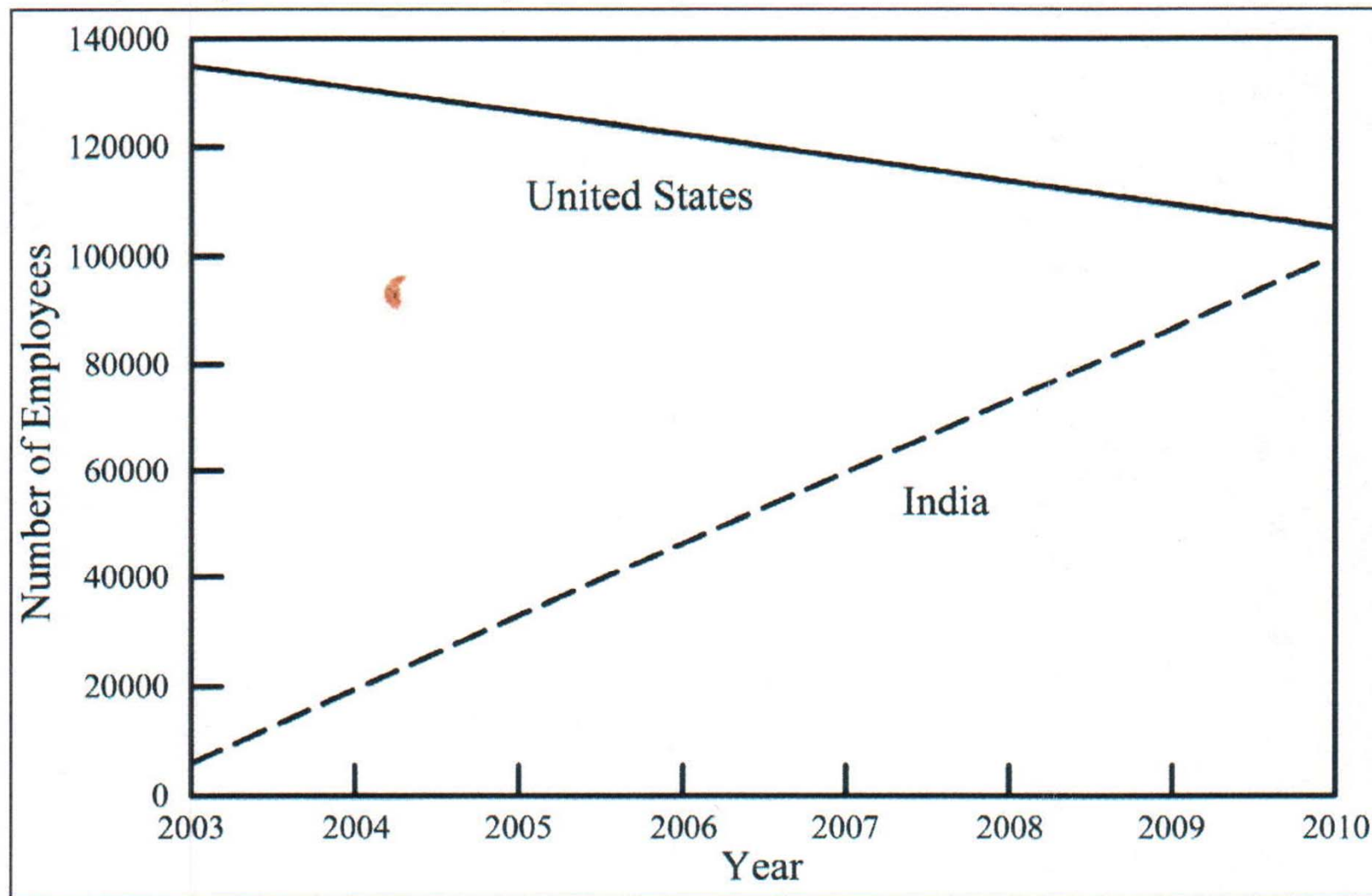


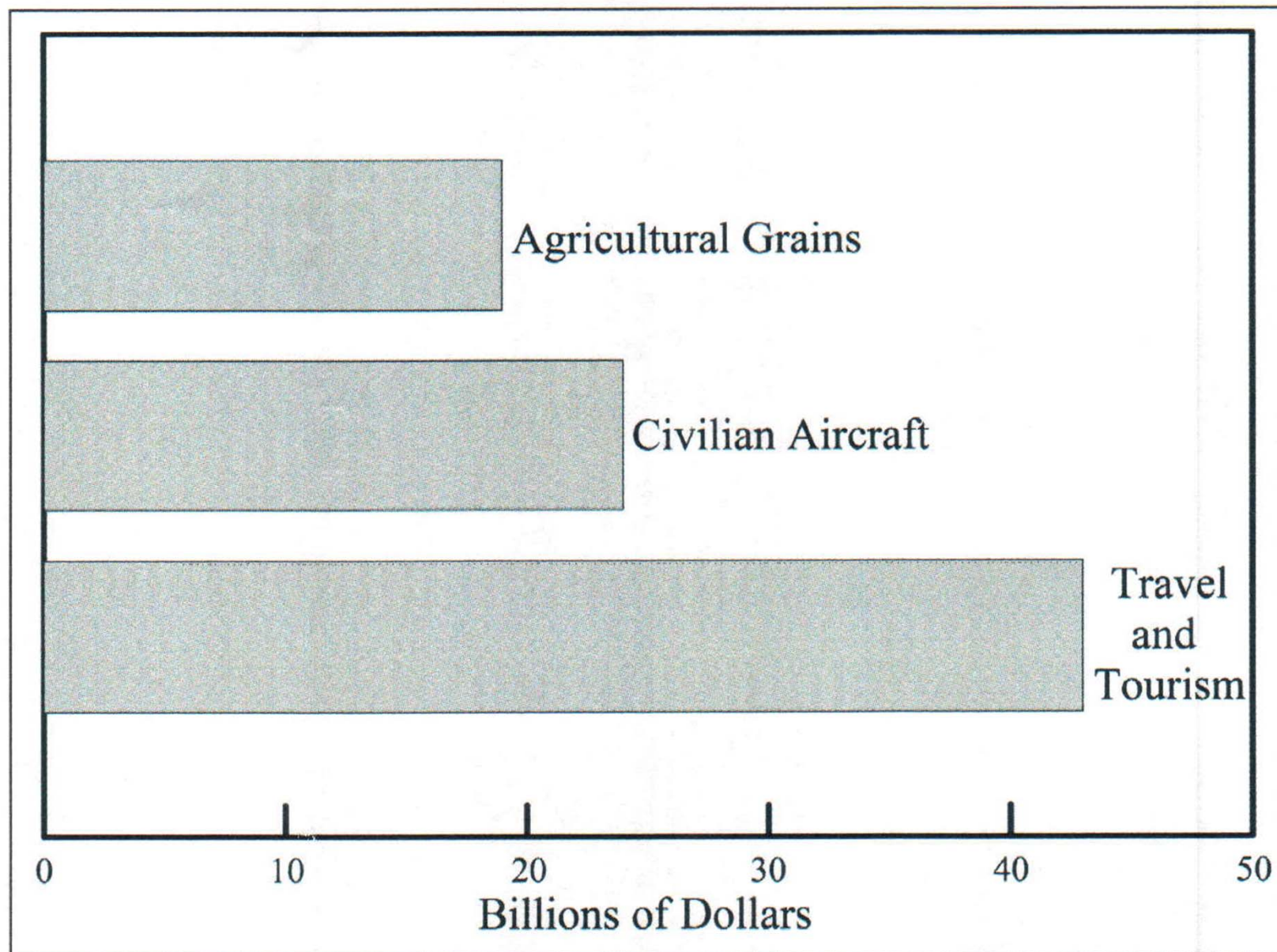


Los viajes y el turismo son los mayores generadores de empleo mundiales, y también en EE.UU., con 14,3 millones de empleos, más de 1 de cada 10.

*World Travel and Tourism Council, 2011*

**Figure 2. Number of IBM employees in the U.S. and India (*New York Times* 2012a; *Computerworld* 2010).**





**Figure 3. U.S. trade surplus among the few areas where exports exceed imports.**



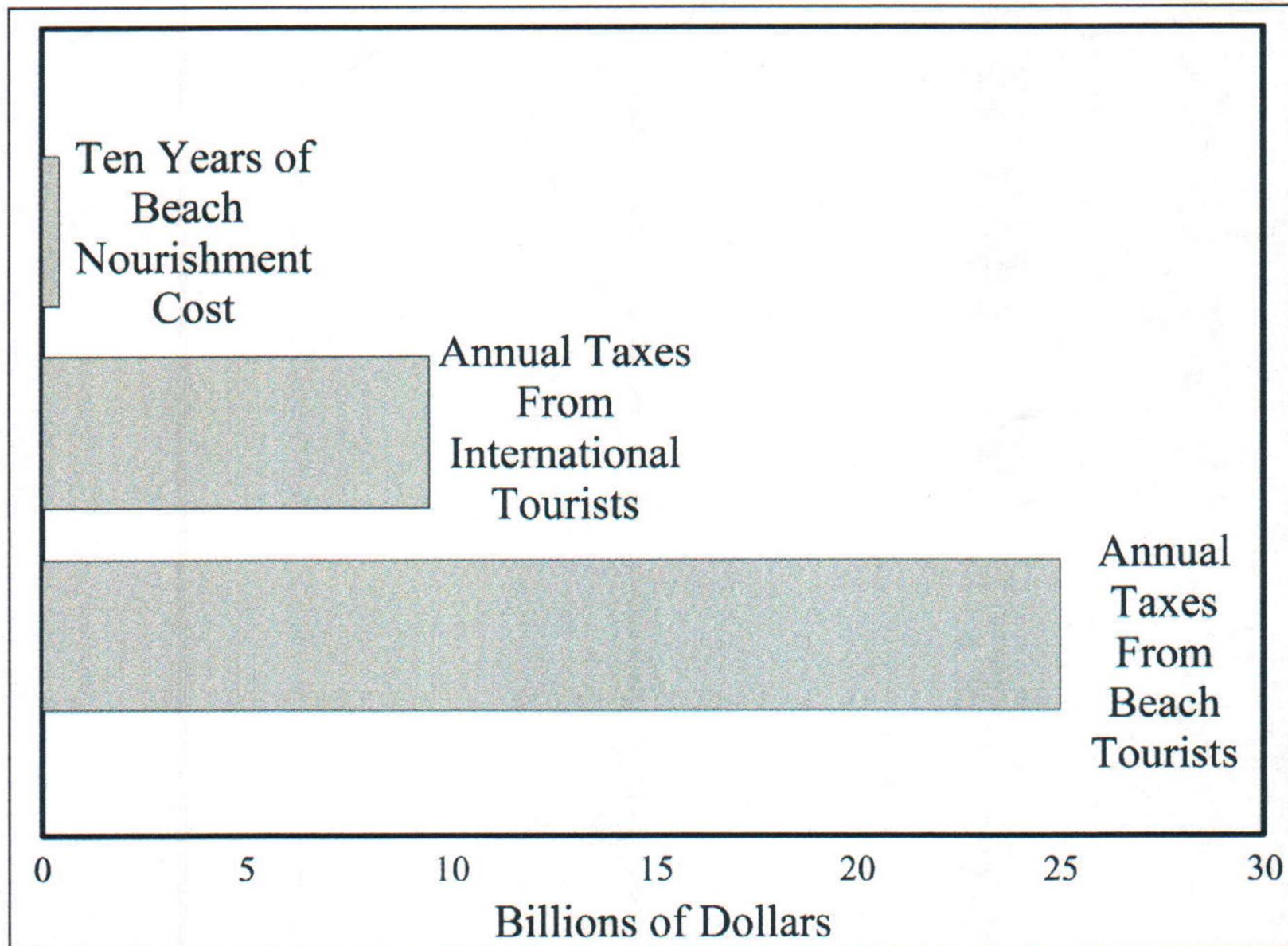


Por cada dólar que se gasta el  
gobierno federal en la defensa  
costera de California, el gobierno  
federal evita pérdidas de 41 a 62  
dólares en impuestos

*Houston, 2013*

- 
- Florida invirtió 44 millones de dólares en su Programa de Gestión y Regeneración de Playas durante 2011-2013, lo que produjo un aumento del PIB de 2400 millones de dólares anuales
  - Esto generó, a su vez, un incremento de los ingresos del Estado en 237,9 millones de dólares en esos tres años

(EDR, 2015)



**Figure 9. Ten years of federal beach nourishment costs at the 2012 rate versus annual federal revenues from international tourists and beach tourists.**



- 
- Si definimos la productividad de un área como el cociente entre el PIB regional (en euros) y su superficie ( $\text{m}^2$ ),
    - La productividad de toda la Comunidad Valenciana es de 3 €/m<sup>2</sup>
    - La productividad de las playas de la Comunidad Valenciana es de 700 €/m<sup>2</sup>
    - En el caso de Benidorm, la productividad es de 12,000 €/m<sup>2</sup>

(Yepes, 2002)



- Ingresos de 12.000 euros/año/m<sup>2</sup> (Benidorm).
- 700 tasa de retorno inversión recuperación playa.
- 3/4 turistas extranjeros en España.
- 90% hoteles no urbanos.
- 12,5 millones de m<sup>2</sup>, sólo 5,3 útil oferta turística.
- El 0,001% de la superficie nacional proporciona más del 10% de la renta española.



- Ariza et al (2012) muestran en su estudio una brecha importante entre las inversiones de los gestores de las playas (menos de 1 millón €/año) y la valoración económica de los usuarios (más de 1 millón €/día en temporada alta). Datos referidos a playas catalanas.





- 42 playas más frecuentadas de Menorca (Roig y Pérez-López, 2006):
  - 126,5 €/m<sup>2</sup>, siendo este el valor otorgado por sus usuarios
  - Inversión anual de los municipios por m<sup>2</sup> playa: 8,7 €

- 
- ¿Cómo vamos a ser capaces de solucionar un problema de este calibre si somos incapaces de organizarnos para tomar decisiones a corto plazo?

## **FRACASO DE LA PROPUESTA “COTA 1”**



## Tavernes de Valldigna (Valencia)





## Nules (Castellón)



## Torrevieja (Alicante)





GESTIÓN INTEGRADA  
DEL LITORAL

GESTIÓN TURÍSTICA  
DEL LITORAL

GESTIÓN TURÍSTICA  
DE UNA PLAYA





# Referencias

- ARIZA, E. et al. (2012). On the relationship between quality, users' perception and economic valuation in NW Mediterranean beaches. *Ocean & Coastal Management*, 63:55-66.
- HINKEL, J. et al. (2013). A global analysis of erosion of sandy beaches and sea-level rise: An application of DIVA. *Global and Planetary Change*, 111:150-158.
- HOUSTON, J.R. (2013). The economic value of beaches – a 2013 update. *Shore & Beach*, 81(1):3-10.
- YEPES, V. (1999). Las playas en la gestión sostenible del litoral. *Cuadernos de Turismo*, 4:89-110.
- YEPES, V.; MEDINA, J.R. (2005). Land Use Tourism Models in Spanish Coastal Areas. A Case Study of Valencia Region. *Journal of Coastal Research*, 49:83-88.