



PLAN GENERAL ESTRUCTURAL DE ALTEA

II_14

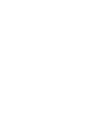
ESTUDIO DE EMPLEO Y TURISMO

Cód. Validación: 7LTPYA9AS9E06Z9MMW433RMXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 1 de 115



DILIGENCIA: En sesión Plenaria de 20/10/2022, se acordó la exposición pública por plazo de 45 días, de la Versión definitiva del PGE, del que forma parte el presente documento.

El Secretario accidental



DILIGENCIA: En sesión Plenaria de 28/11/2023, se acordó la aprobación provisional de la Versión definitiva del PGE, del que forma parte el presente documento.

El Secretario Accidental
(firmado al margen)



Cód. Validación: 7LTPYAGAS9EO6Z9MMW433RMMXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 2 de 115





Informe de resultados

Altea: estudio socio-económico de empleo y turismo para un nuevo modelo de desarrollo local

Antonio Aledo (Dir.)
Ana Puebla
Alejandro Acebal
Guadalupe Ortiz
Hugo García Andreu



Ajuntament d'Altea
Concejalía de Urbanismo





EL INFORME SE HA ARTICULADO MEDIANTE LA INTERACCIÓN DE DOS EJES

I CAMBIOS ESTRUCTURALES GLOBALES

II DIAGNÓSTICO DEL EMPLEO Y DEL TURISMO EN ALTEA

A su vez este segundo eje de diagnóstico se ha erigido sobre tres configuraciones:

a. Configuración de la **estructura demográfica**

b. Configuración de la **estructura de empleo**

c. Configuración del **modelo turístico**

5 FACTORES BASE HAN SUSTENTADO LOS ANÁLISIS POSTERIORES:

1. Excesivo peso de la construcción en la economía y sociedad local
2. Escasa diversificación económica
3. Producto turístico diferenciado basado en la calidad de vida
4. Incoherencias en el desarrollo sociourbanístico
5. 12.8% de desempleo frente al 24.3% provincial

LA INTERACCIÓN DE LOS DOS EJES LLEVA A DOS TIPOS DE ANÁLISIS:

1. ANÁLISIS DE LAS VULNERABILIDADES LOCALES
2. ANÁLISIS DE LAS RESILIENCIAS LOCALES



ambos conducen a un conjunto de propuestas construidas a partir de consultas a **EXPERTOS Y STAKEHOLDERS LOCALES**

Cód. Validación: 7LTPYAS9E06Z9MMW433RMXV
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 4 de 115





PRESENTACIÓN

Se hace imprescindible en los momentos actuales de alta turbulencia e intensos y dramáticos cambios definir el modelo de municipio para los próximos años. El modelo tiene que caracterizarse por su coherencia interna y su capacidad de fortalecer los mecanismos de resiliencia frente a los cambios externos.

El futuro nos es desconocido. Tan solo podemos reducir las vulnerabilidades existentes y potenciar las capacidades del tejido social y económico del municipio para adaptarse y beneficiarse de los cambios que están llegando y que escapan al control local.

La monofuncionalidad inmobiliaria ha sido una opción altamente arriesgada. Altea ha basado su economía en las últimas décadas en un binomio contradictorio e insostenible. Por un lado, una economía con una alta dependencia de la construcción residencial. Por otro lado, un producto turístico y urbanístico basado en la calidad de vida. La forma en que se ha desarrollado el crecimiento inmobiliario del municipio es incompatible a medio plazo con el mantenimiento de los atractivos del municipio y de su principal recurso que es la calidad de vida.

Altea está, sin embargo, en una posición mejor y positivamente diferenciada frente a otros municipios de la costa española mediterránea, pues comparativamente, su crecimiento urbanístico ha sido contenido y ha mantenido elementos potentemente identitarios.

Es el momento de definir qué modelo de municipio se quiere desarrollar para los próximos años y, a partir de un acuerdo social sobre ese modelo, reducir las vulnerabilidades y maximizar la capacidad de resiliencia del municipio.

Con este estudio se aporta un primer diagnóstico sobre el empleo y el sector turístico del municipio. Asimismo se aporta información procedente de diferentes actores sociales sobre propuestas de desarrollo socioeconómico para los próximos años.

Con la investigación se pretende proporcionar un material que ofrezca datos interesantes para propiciar una discusión fundamentada sobre el futuro laboral y turístico del municipio, y dibujar unas líneas estratégicas de desarrollo que sean capaces de fortalecer la economía social del municipio ante los cambios estructurales que está experimentando.





ESTRUCTURA DEL INFORME:

BLOQUE 1 Cambios estructurales globales	Pag. 5
BLOQUE 2 Diagnóstico del empleo y el turismo en Altea Configuración demográfica del municipio Diagnóstico de empleo Diagnóstico de turismo	Pag. 10
BLOQUE 3 Informe de expertos	Pag. 28
BLOQUE 4 Propuestas	Pag. 46
Futuras líneas de exploración	Pag. 70
Conclusiones	Pag. 71
Anexo 1 Informe Estadístico Demografía y Empleo	Pag. 78
Anexo 2 DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades)	Pag. 89





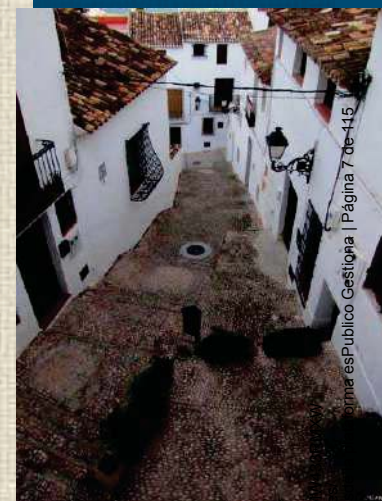
1. CAMBIOS ESTRUCTURALES GLOBALES

Los estudios y autores consultados concuerdan en señalar que estamos ante un proceso de cambio estructural y no una mera crisis coyuntural que se superaría con las recetas tradicionales. Este cambio estructural afectará a todos los ámbitos:

CAMBIO ESTRUCTURAL

- a. AMBIENTAL
- b. ENERGETICO
- c. TECNOLOGICO
- d. ECONOMICO
- e. SOCIAL

Estos cambios globales tienen expresiones particulares al incidir sobre los diferentes entornos locales. Es obligado que las comunidades estén alerta ante cambios que por su dimensión global, rapidez y por su alcance sistémico pueden pasar desapercibidos a una percepción cotidiana adversa a reconocer los cambios globales.





A. AMBIENTAL

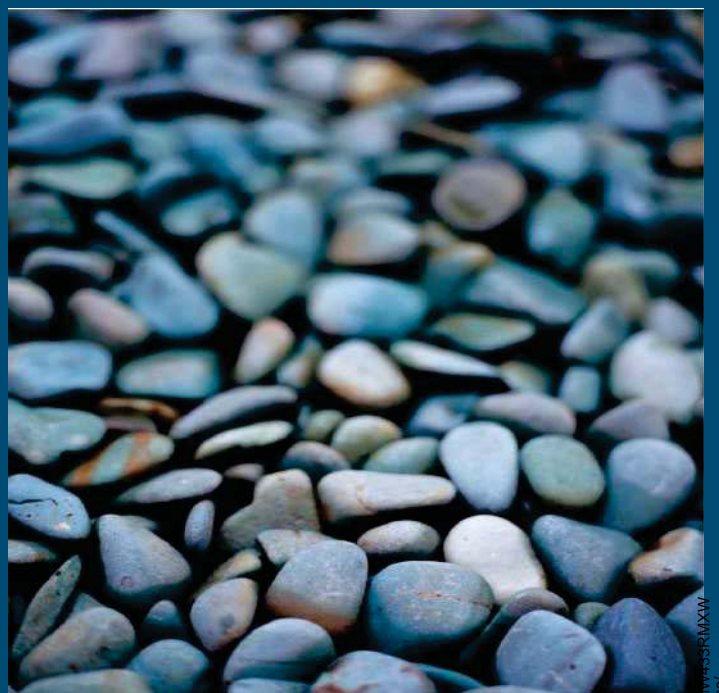
Los escenarios climáticos prevén en Europa del Norte la suavización de las temperaturas

El cambio global se entiende como la consecuencia de la alteración de los mecanismos fundamentales del funcionamiento de la biosfera y que se expresa y deviene de:

- el cambio climático,
- la pérdida de productividad de suelos, océanos y otros recursos hídricos,
- la disminución de biodiversidad,
- las alteraciones en el funcionamiento de los ciclos biogeoquímicos (carbono, nitrógeno, oxígeno...),
- la disminución de la capa de ozono,
- los residuos tóxicos persistentes en el planeta
- las grandes transformaciones en los usos del territorio

En el Mediterráneo español estos cambios se verán directamente reflejados por:

- Aumento de las temperaturas
- Aumento de los episodios extremos y de los desastres naturales: afectando a la línea de costa, aumentando la erosión y la desertificación
- Disminución de las precipitaciones y mayor escasez de recursos hídricos





B. ENERGÉTICO

- Periodo de transición hacia la sociedad post-carbono
- Inestabilidad política
- Incertidumbre tecnológica
- Aumento del precio del combustible y del transporte

D. ECONÓMICO

- Crisis financiera: enormes dificultades para el financiamiento del negocio inmobiliario
- Fuerte dualización de la estructura laboral
- Fuerte disminución de la demanda segundas residencias
- Intensa internacionalización de la división del trabajo
- Internacionalización total del mercado de trabajo
- Economía verde post-carbono
- Economía del conocimiento
- Economía criminal
- Posibilidades de una vuelta al proteccionismo



C. TECNOLÓGICO

- La expansión de la micro-informática
- Expansión de las comunicaciones virtuales (telepresence technology)
- Nuevas tecnologías de la sociedad del post-carbono (low-carbon technology) incorporadas a la vida cotidiana y a las actividades productivas: energía solar, eólica, tratamiento integral de RSU, tecnologías del agua, tecnologías de recuperación de zonas degradadas

E. SOCIAL

- Dualización social
- Reducción del estado de bienestar
- Privatización de lo público (espacio, instituciones y servicios)
- Desigualdad, exclusión, anomía
- Inestabilidad social y aumento de la delincuencia
- Envejecimiento de la población
- Elitización del turismo
- Fortísima disminución de la clase media española: demanda tradicional de la segunda residencia en el Mediterráneo español
- Disminución de la clase media en los países centrales de la UE : demanda tradicional de la segunda residencia en el Mediterráneo español
- Crecimiento de consumidores turísticos en BRICs y otros países emergentes
- Desarrollo de la sociedad del bajo coste desarrollo del turismo de bajo coste.





Conclusiones para Altea

1.- Aumento de la vulnerabilidad climática ante el aumento de las temperaturas, la disminución de los recursos hídricos disponibles y la aparición de eventos ambientales extremos

2.- Aumento del precio del transporte como consecuencia del aumento del precio de los combustibles.

Se plantean dos escenarios para la Costa Blanca:

- a) disminución de llegada de turistas por el aumento del coste del viaje
- b) aumento de la llegada de turistas por la cercanía a países emisores (coste menor del viaje por menor distancia)

3.- Economía verde por la incorporación forzosa de medidas anti-cambio climático

4.- Riesgo de reducción de la demanda extranjera tradicional de Altea como consecuencia de la reducción del estado de bienestar

5.-Tres escenarios de demanda

- a) Elitización debido al aumento del coste del viaje turístico
- b) Expansión del turismo *low cost*
- c) Llegada de especuladores ante un posible empobrecimiento del estado español y un descenso brutal del precio de las segundas residencias

Aumento de la vulnerabilidad climática

Aumento del precio del transporte

Economía verde

Riesgo de reducción de la demanda extranjera

3 escenarios de demanda





6.- Crecimiento 0 de la demanda nacional de segunda residencia debido a

- problemas de financiación
- reducción del estado de bienestar
- reducción del ahorro de las familias por el aumento de los costes de salud, educación, desempleo, etc.

7.- Disminución de la demanda europea de segundas residencias por las mismas causas

8.- Limitada pero existente demanda de segundas residencias de países nórdicos y de países del Este (Rusia) aprovechándose de la bajada de precios de la vivienda de segunda mano

9.- La crisis del mercado inmobiliario se hará crónica: Por un lado, la crisis financiera, y las especiales características que ha tomado en España, han eliminado las posibilidades de financiación barata que fue uno de los elementos impulsores de la burbuja inmobiliaria. Por otro lado, las reformas estructurales impuestas por los mercados reducirán drásticamente la capacidad económica de las familias de adquirir una segunda residencia. Ambos procesos se han convertido ya en elementos estructurales –no coyunturales- y obligan a replantearse el desarrollo urbanístico de Altea en un futuro altamente contractivo.

Crecimiento 0 de la demanda nacional de segunda residencia

Disminución de demanda europea

Limitada demanda de segundas residencias de países nórdicos y Rusia

Crisis crónica del mercado inmobiliario





2. DIAGNÓSTICO DEL EMPLEO Y DEL TURISMO EN ALTEA



Consideraciones iniciales:

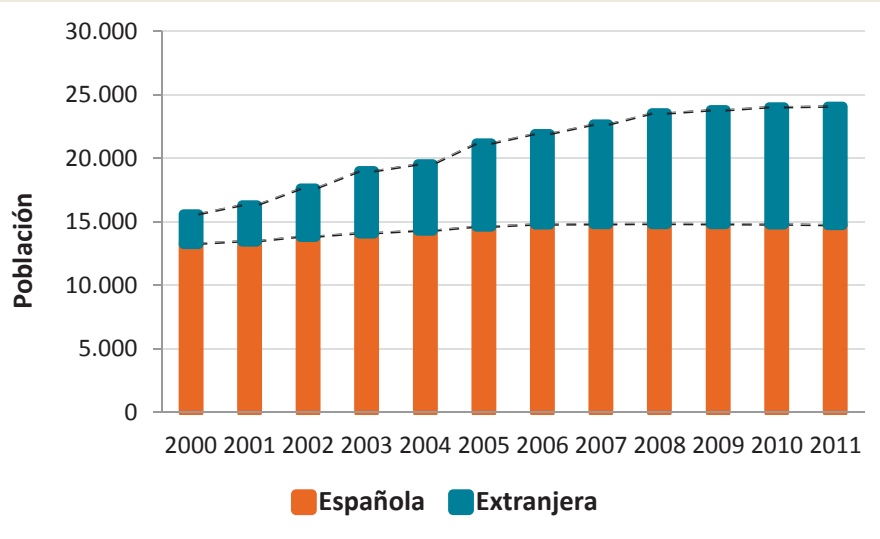
1. EXCESIVO PESO DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA ECONOMIA Y SOCIEDAD LOCAL
2. ESCASA DIVERSIFICACION ECONOMICA
3. PRODUCTO TURISTICO DIFERENCIADO BASADO EN LA CALIDAD DE VIDA
4. INCOHERENCIAS EN EL DESARROLLO SOCIOURBANISTICO
5. 12.8% DE DESEMPLEO FREI AL 24.3% PROVINCIAL

Cód. Validación: 7LTPYAS9E06Z9M4M433RMXXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 12 de 115





A. CONFIGURACIÓN DE LA ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA



Fuerte crecimiento de la población y estancamiento

Envejecimiento (inmigración residencial)

Reciente proceso de emigración

La población de Altea muestra un acentuado crecimiento desde el año 2000. En algo más de una década la población ha aumentado un 54,4%. Este incremento se produce gracias al aumento de población extranjera. Entre los años 2000 y 2003 se produce una importante entrada de extranjeros al municipio de Altea, con un incremento medio anual del 28%. En 2004 ese aumento de la población extranjera cae hasta el 6,71%, deteniéndose el proceso de llegada de inmigrantes al municipio a partir de 2008.





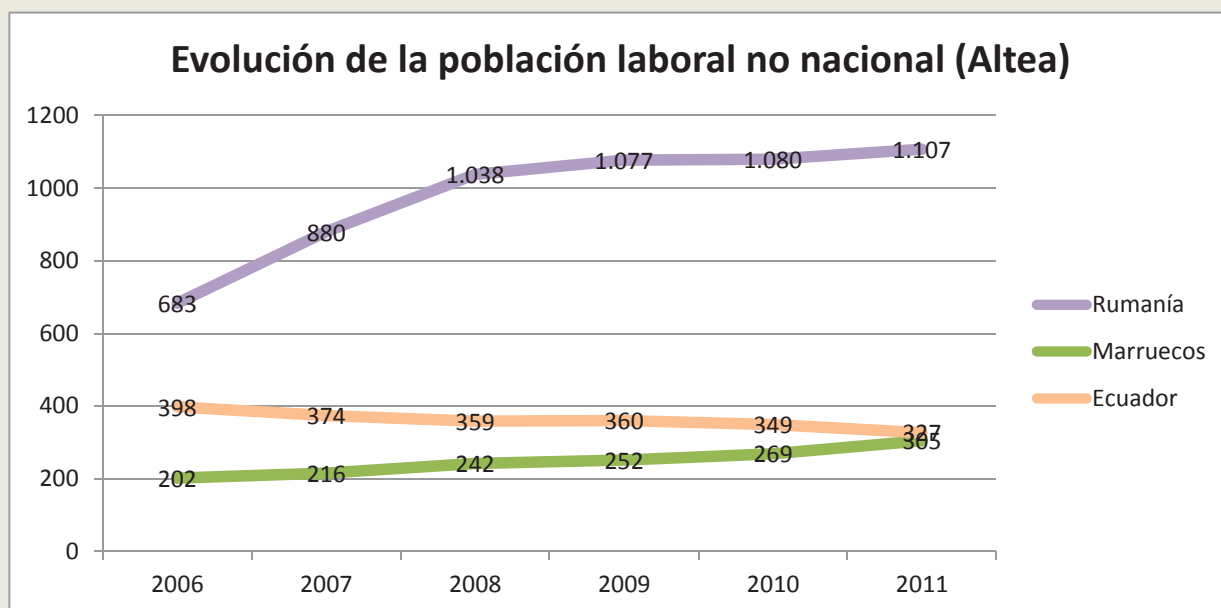
	Total Extranjeros	% del total
TOTAL	9.323	100,0
Reino Unido	1.417	15,2
Países Bajos	1.168	12,4
Rumanía	1.107	11,9
Alemania	835	9,0
Rusia	458	4,9
Ecuador	327	3,5
Francia	319	3,4
Marruecos	305	3,3
Bulgaria	293	3,1
Italia	228	2,4
Argentina	204	2,2
Colombia	112	1,2

INMIGRACION RESIDENCIAL

El Reino Unido es el principal foco emisor de población extranjera: sus efectivos suponen el 15,2% del total. Destaca el rápido aumento del colectivo ruso que ya supone el 5% de la población registrada.

INMIGRACION LABORAL

La emigración a Altea por motivos laborales está tradicionalmente vinculada a una serie de países de origen como Rumanía, Ecuador o Marruecos





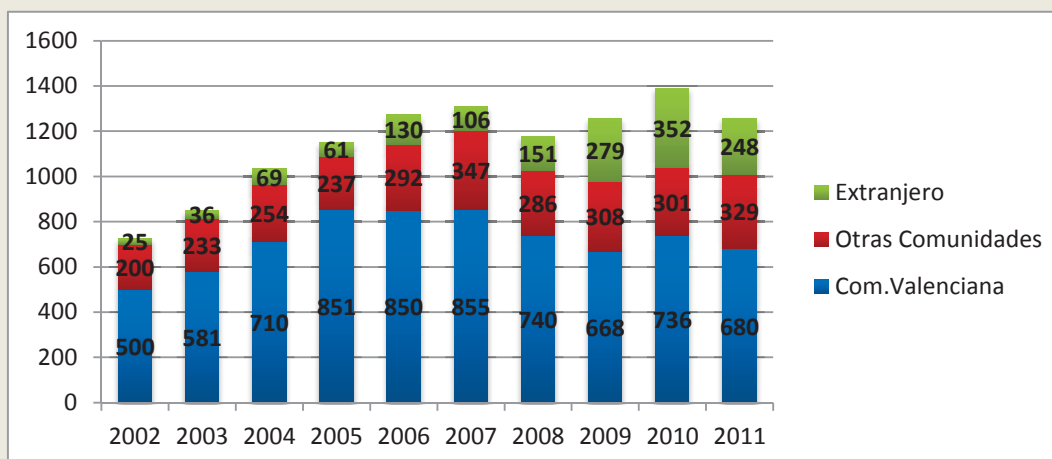
ENVEJECIMIENTO

Altea presenta índices de envejecimiento muy superiores a la media provincial y autonómica. A pesar de la tendencia actual al estancamiento del número de residentes extranjeros que se establecen en Altea, todavía es evidente la numerosa presencia de las diferentes colonias de jubilados internacionales. Pensamos que este descenso en la llegada de jubilados cambiará como consecuencia de la mayor gravedad de la crisis en España, convirtiéndose de nuevo en un mercado atractivo para este segmento de la población. Aparece aquí un nicho para el empleo y nuevas actividades económicas asociadas a los estilos de vida post-modernos de la Tercera Edad europea.

	Índice envejecimiento % ¹			Índice dependencia % ²			Diferencia porcentual entre 2005 y 2011	
	2005	2008	2011	2005	2008	2011	Índ. envejecimiento	Índ. dependencia
Altea	113,9	123,82	138,1	43,9	46,2	49,7	24,2	5,8
Alicante	79,6	84,5	93,3	44,7	45,9	49,3	13,7	4,6
Com. Valenciana	81,3	82,1	86,7	43,7	44,5	47,2	5,4	3,5

RECIENTE PROCESO DE EMIGRACION

Altea ha experimentado en la última década un incremento de la emigración, sólo atenuado durante 2008 y 2011. La elección del extranjero como destino en el que ubicar la residencia aumenta a ritmo casi constante desde el año 2002. La disminución de población española en Altea está asociada principalmente a una mengua de la población de varones desde el año 2008, circunstancia que no se da en el grupo de mujeres de nacionalidad española.



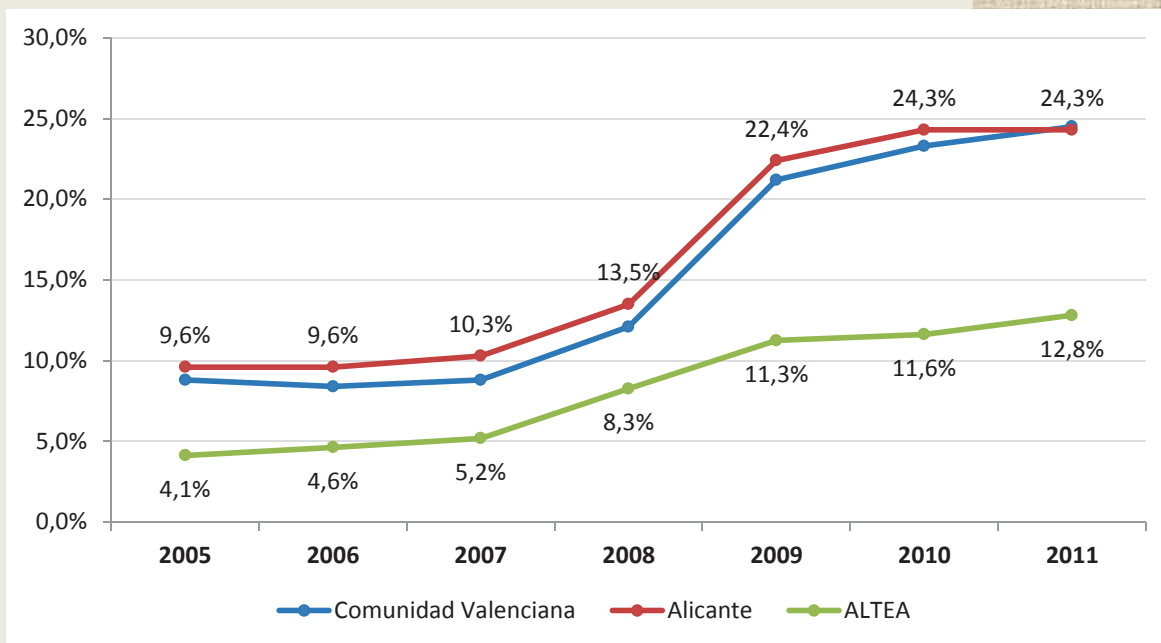
¹ El índice de envejecimiento mide la relación entre la población mayor de 65 años y la población menor de 16 años.

² El índice de dependencia indica el peso de la población no activa (menores de 15 y mayores de 65 años) respecto de la población potencialmente activa (entre 15 y 64 años).





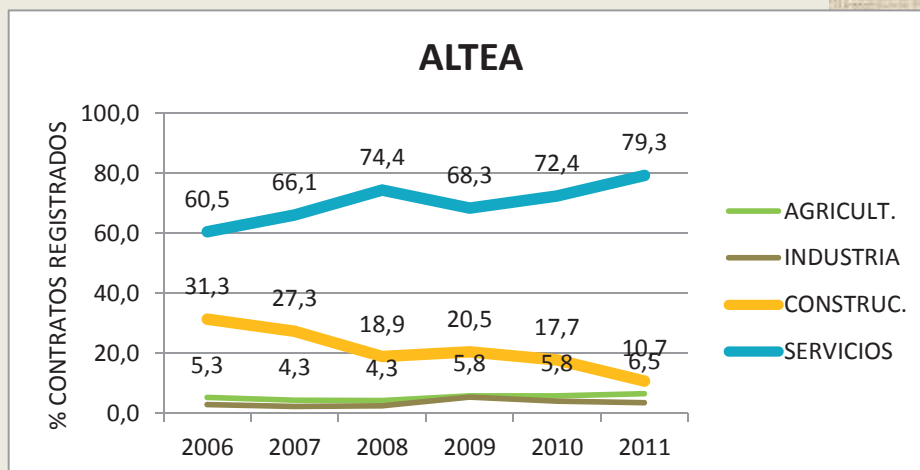
B. CONFIGURACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE EMPLEO



INMIGRACION LABORAL

La hipótesis que se plantea es que el sector servicios de Altea ha sido capaz de absorber una parte importante de los trabajadores expulsados. Se está en proceso de identificar a qué sectores concretos se ha ido esa población que procedía del sector de la construcción. Se plantea la segunda hipótesis de que sea a trabajos poco cualificados

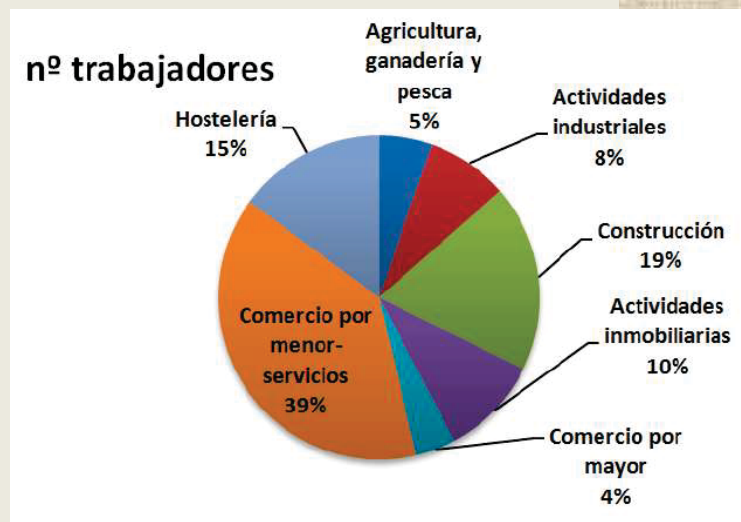
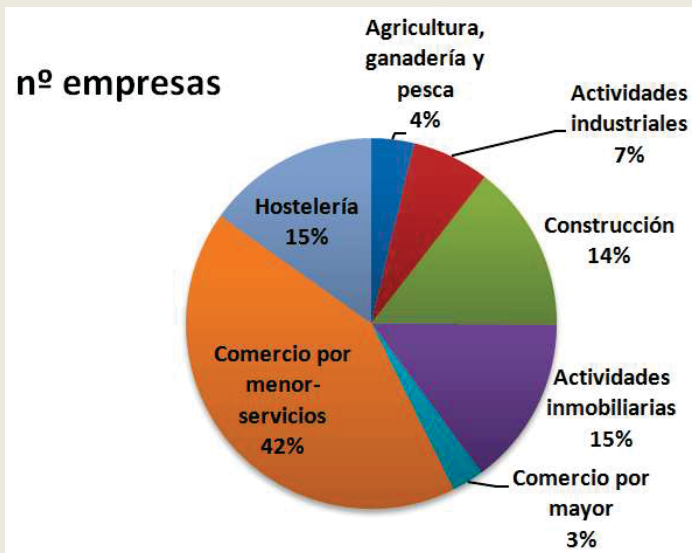
la tasa de desempleo en Altea es la mitad de la tasa de la provincia de Alicante

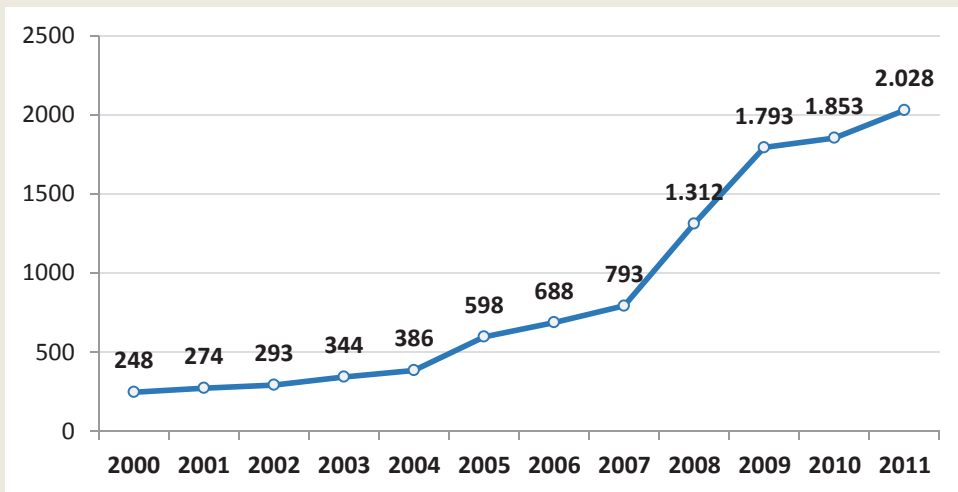




En este sentido, destaca el peso específico que han alcanzado en el tejido productivo las actividades económicas relacionadas con el sector inmobiliario. En el año 2008, tanto las empresas **como los trabajadores que se encuentran vinculados a la construcción y las actividades inmobiliarias suponen un 30%** del total del tejido productivo y laboral del municipio. Con el radical descenso en la actividad de la construcción a partir de ese año, se ha producido el desmantelamiento de buena parte de la capacidad productiva y laboral del municipio, que explica la triplicación de la tasa de desempleo alcanzada en 2011 (13%), aun muy por debajo de las medias de la provincia de Alicante y la Comunidad Valenciana (25%).

en 2008, la construcción y las actividades inmobiliarias suponen un 30% del total del tejido productivo y laboral del municipio





entre 2006 (año pre-crisis) y 2011 el número de parados en Altea se ha triplicado

descenso del paro en 2012 pasando de 2199 en enero a 1897 en junio

POBLACIÓN 2005		%
Ambos sexos		
Pob. activa	14.481	
Parados	598	4,13%
Hombres		
Pob. activa	7.293	
Parados	227	1,57%
Mujeres		
Pob. activa	7.188	
Parados	371	2,56%

POBLACIÓN 2008		%
Ambos sexos		
Pob. activa	15.881	
Parados	1.312	8,26%
Hombres		
Pob. activa	8.048	
Parados	712	4,48%
Mujeres		
Pob. activa	7.833	
Parados	600	3,78%

POBLACIÓN 2011		%
Ambos sexos		
Pob. activa	15.835	
Parados	2.028	12,81%
Hombres		
Pob. activa	7.892	
Parados	1.073	6,78%
Mujeres		
Pob. activa	7.953	
Parados	955	6,03%

Por franjas de edad, en el año 2011 el colectivo que más sufre el desempleo es el de 30 a 44 años. Los trabajadores de este grupo de edad son de los últimos en ser despedidos lo que explica que se acumulen al final del periodo analizado. No obstante, desde el año 2006 son los más jóvenes (20 a 24 años) los que han experimentado una mayor tasa de desempleo anual. La menor cualificación y costes de despido de estos trabajadores los convierte en los primeros en ser expulsados ante un descenso en la actividad económica.

debido a la masculinización de los empleos en la construcción, a partir de 2008 el paro afecta en mayor medida a los hombres que a las mujeres





Generalmente la formación es una variable que correlaciona de forma directa con el empleo, es decir, a mayor formación mayores posibilidades de encontrar trabajo. Sin embargo, en Altea en los últimos años esta correlación no se ha cumplido debido a una estructura económica centrada en el sector de la construcción (de 2001 a 2010 se han construido el 24% del total de viviendas de Altea) y los servicios que ha demandado y fomentado la baja cualificación profesional. Desde 2005 hasta 2011 la mayor parte de los contratos realizados en Altea son suscritos con población que o no tiene estudios (“Sin estudios”) o tiene “ESO sin titulación” y “ESO con titulación”. A partir de “Bachillerato y equivalentes” y niveles formativos superiores, las contrataciones caen de forma muy significativa. Tanto para mujeres como para hombres, desde 2005 los trabajadores sin formación están menos representados en las listas de desempleo. En el caso de los hombres esta tendencia cambia en el 2011 cuando el sector de la construcción experimenta un parón y envía trabajadores al paro. Para ese mismo año más de la mitad de la población en situación de desempleo posee niveles muy bajos de formación. El mayor número de parados se encuentra en el grupo “ESO sin titulación” representado por un 49,65% del total. Con el parón urbanístico esta población joven y sin recursos formativos engrosa las listas del paro con escasas posibilidades de reinserción a corto plazo. Las expectativas de empleo y salario ofrecidas por el sector de la construcción resultaban muy atractivas para unos jóvenes que no percibían la formación como una palanca social. El siguiente nivel formativo con más población desempleada se corresponde al grupo “ESO con titulación” con un 24,46%. Aunque el número de población con niveles de formación medio y superiores representan sólo el 16,63% sobre el total de parados, hay que destacar que desde 2005 cada vez hay más demandantes de empleo en estos grupos. El tejido productivo de Altea, durante años centrado en la construcción y los servicios poco cualificados vinculados al turismo y al comercio al por menor, no es capaz de absorber ni fomentar niveles medios y altos de formación laboral. Prueba de ello es que los principales contratos realizados en 2011 corresponden a camareros con un 23%. Sin embargo llama la atención que para el mismo periodo la empleabilidad de la población extranjera funciona de forma inversa a la de la población nacional analizada en Altea. En este caso, independientemente del año analizado, tanto en hombres como en mujeres tener formación es garantía de menor desempleo. No obstante, el mercado laboral es deficitario de trabajadores con conocimientos en idiomas y en TICs.

en 2011 el colectivo que más sufre el desempleo es el de 30 a 44 años. no obstante, desde el año 2006 son los más jóvenes (20 a 24 años) los que han experimentado una mayor tasa de desempleo anual

desde 2005 hasta 2011 la mayor parte de los contratos realizados en altea son suscritos con población que o no tiene estudios (“sin estudios”) o tiene “ESO sin titulación” y “ESO con titulación”





Conclusiones para Altea

Altea mantiene un producto de calidad y diferenciado del resto de municipios de la Costa Blanca. No obstante, el crecimiento urbanístico ha afectado a ese entorno de calidad, principal atractivo del municipio y ha condicionado su estructura laboral y demográfica.

La actual crisis económica ha puesto de manifiesto las vulnerabilidades estructurales que padecen estas localidades turístico-residenciales.

El modelo socioeconómico turístico residencial que ha proporcionado durante años empleos ligados a la construcción ha entrado en una crisis estructural.

Estos empleos se caracterizaban por su baja cualificación y por una elevada temporalidad debida, en parte, a la fuerte estacionalidad turística.

Razones estructurales –que se explicitan más adelante– impedirán la recuperación del sector de la construcción a los niveles de crecimiento y centralidad socioeconómica mantenidos en la década pasada. La estructura laboral del municipio está en una situación de vulnerabilidad: ha desincentivado la formación de los jóvenes con lo que hoy día tiene una población muy poco formada y con escaso capital social para autoemplearse y/o desarrollar actividades alternativas a los sectores económicos tradicionales. La actividad turístico-residencial se ha centrado en la construcción y producción inmobiliaria. Este hecho explica los déficits en formación: idiomas y TICs.

Es imprescindible la diversificación económica cimentada en los servicios a los turistas residenciales (fundamentalmente MIR): economía asistencial, economía de la naturaleza, economía de la cultura, economía de la información, nuevas tecnologías y economía del conocimiento.

En otras palabras, en un municipio de vocación residencialista hay que generar una economía residencialista con el soporte de un turismo diversificado.

El modelo socioeconómico turístico residencial ha entrado en una crisis estructural

La estructura laboral del municipio está en una situación de vulnerabilidad

Es imprescindible la diversificación económica cimentada en los servicios a los turistas residenciales





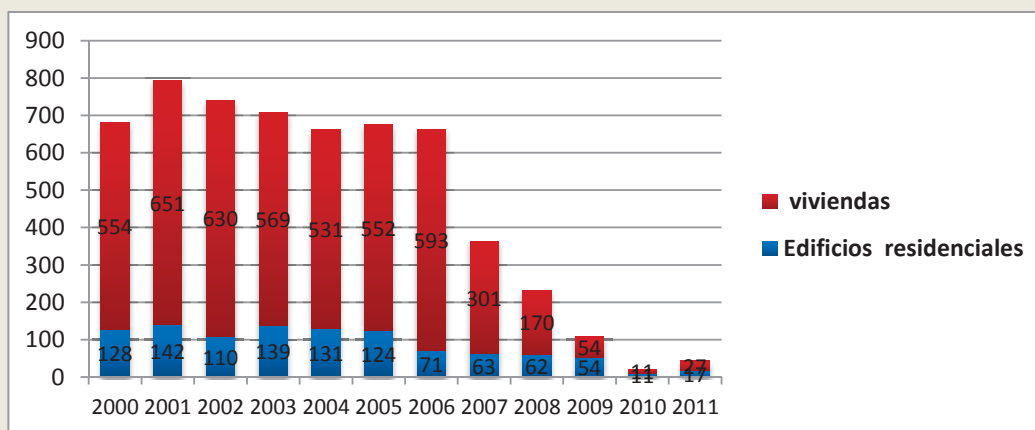
C. CONFIGURACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO

- a. PRODUCTO RESIDENCIAL
- b. PRODUCTO DIFERENCIADO/PRODUCTO CALIDAD DE VIDA
- c. INCOMPATIBILIDADES ENTRE PRODUCTOS
- d. ESTACIONALIDAD
- e. TIPOLOGIA VARIADA DE TURISMOS Y TURISTAS
- f. RIESGOS

a. PRODUCTO RESIDENCIAL

Según el Censo Nacional de Viviendas de 2001 (últimos datos disponibles), el 53% de las viviendas en Altea estaban calificadas como no principales (secundarias o vacías). Sumaban un total de 6.555 unidades. El Instituto Nacional de Estadística otorga un índice de ocupación de este tipo de viviendas de 4,71 para la Comunidad Valenciana. Esto daría en 2001 un total de 30.874 plazas extra-hoteleras para el municipio. Para entender este dato baste señalar que la población en Altea en ese año era de 13.449 habitantes de derecho y el número de plazas hoteleras era de 911.

Este modelo basado en la producción y especulación inmobiliaria entra en crisis a partir de 2007, con el estallido de la burbuja inmobiliaria, la crisis financiera mundial, y el cambio estructural socioeconómico dirigido a la reducción drástica del estado de bienestar europeo.



Es muy importante insistir que esta gráfica representa un cambio estructural y no solo una caída coyuntural de las viviendas, tal y como sucedió en la anterior crisis inmobiliaria de 1991-1994 (ver pág. 25).





No obstante, aparecen otros datos que ofrecen un panorama menos negativo como por ejemplo el de licencias de obra mayor. Téngase en cuenta que este dato no distingue entre obra nueva, rehabilitación, ampliación, etc.

Licencias de obra mayor concedidas.

2007	158
2008	157
2009	103
2010	78

Fuente: Concejalía de Urbanismo. Ayuntamiento de Altea.

Por lo tanto, el turismo en Altea está obligado a replantearse en su totalidad por la fuerte dependencia de un producto que ha dejado de tener demanda, tal y como lo muestra la tabla anterior.

b. PRODUCTO DIFERENCIADO/ CALIDAD DE VIDA

No obstante, Altea está bien posicionada en el mercado nacional e internacional. A pesar de su rápido crecimiento urbanístico, excesivo en la línea de costa y en S^a Bernia, y con una alta densidad en zonas sensibles como la huerta, comparativamente, se aleja de otros modelos de municipios turísticos-residenciales tales como el próximo Calpe o el meridional de Torrevieja.

Este producto diferenciado atrae a un tipo de turista distinto del de Benidorm o de municipios residencialistas muy masificados tipo Santa Pola. Es un turismo más exigente pero que es posible que tenga una mayor capacidad de gasto. Su tipología es variada.

Su producto se centra en la calidad de vida y bienestar. Dos factores han propiciado el desarrollo y sostenimiento de su calidad de vida: el entorno y el estado de bienestar.

Ambos factores están en riesgo. El entorno ha sufrido los impactos de un rápido y escasamente ordenado crecimiento urbanístico. El concepto de calidad de vida y de calidad urbana no puede limitarse a una visión superficial y estética. La calidad de vida, como un recurso principal de Altea, se basa en un conjunto de indicadores en los que debemos incluir la calidad de los espacios públicos, la calidad del agua potable o bajos niveles de contaminación acústica.

un cambio estructural y no solo una caída coyuntural de las viviendas, tal y como sucedió en la anterior crisis inmobiliaria de 1991-1994

no obstante, Altea está bien posicionada en el mercado nacional e internacional

dos factores han propiciado el desarrollo y sostenimiento de su calidad de vida: el entorno y el estado de bienestar.





Este punto es especialmente relevante si atendemos a una clientela residencial y de edad media y alta. El ruido como efecto disuasorio es altamente contraproducente con el modelo urbano característico de Altea. El perfil sociodemográfico del público objetivo de Altea se diferencia de otros grupos target de la Costa Blanca. Sus exigencias de calidad ambiental son mucho mayores en cuanto a los servicios que reciben, y en estos servicios es obligado incluir el aire, el agua y un ambiente con bajos niveles de contaminación acústica. Así frente al bullicio asociado a Benidorm, Altea sugiere y exige tranquilidad. Por otro lado, la calidad de vida no solo remite a una serie de indicadores físicos. Tampoco debe ser entendida exclusivamente como un recurso turístico. La calidad de vida es un derecho de los ciudadanos y una exigencia democrática. La contaminación del aire, del agua y la contaminación acústica atentan contra esos derechos. El derecho de los ciudadanos a tener un entorno tranquilo, libre de contaminación o ruidos debe ser respetado. Este respeto es indicador de modernidad aún mayor que la apuesta por un crecimiento sobre el padecimiento ciudadano.

Recuérdese que los servicios ambientales tales como una agua de calidad (tanto la doméstica, como las aguas marinas, fluviales o hipogreas), un aire de calidad o un entorno sin ruidos pueden ser medidos económicamente a través del valor que le dan los visitantes que los consumen. Y al mismo tiempo, esos servicios mantenidos con altos niveles de calidad representan también recursos atractivos para la demanda selectiva que se propone.

Por último, la calidad de estos servicios no solo se debe armonizar con el producto urbanístico y turístico que oferta Altea a sus visitantes. Los habitantes de Altea deben ser los primeros interesados y beneficiarios de un entorno urbano sin ruidos, con agua y aire de calidad. Las actividades económicas que atenten contra esta calidad deberían re-evaluarse cuidadosamente tanto por el efecto negativo que produce sobre los habitantes de Altea como el efecto contraproducente sobre una demanda que, en un marco global tan cambiante e incierto debe ser tratada con sumo cuidado.

El ruido como efecto disuasorio es altamente contraproducente con el modelo urbano característico de Altea

La calidad de vida es un derecho de los ciudadanos y una exigencia democrática. La contaminación del aire, del agua y la contaminación acústica atentan contra esos derechos.

Las actividades económicas que atenten contra esta calidad deberían re-evaluarse cuidadosamente





c. INCOMPATIBILIDAD ENTRE ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL MODELO TURISTICO

El crecimiento urbanístico rápido y desordenado es incompatible con la calidad de vida que se oferta como uno de los reclamos turísticos del municipio. Los datos e informaciones recogidas por este equipo de investigación desde 2005 hasta la fecha muestran que hay una creciente percepción en la población residente en Altea (tanto nacional como extranjera) de una pérdida de calidad de vida ligada al desordenado crecimiento urbanístico que no fue acompañado del mismo nivel y velocidad de producción de infraestructuras y servicios.

Los datos señalan que no es solo una cuestión de velocidad y volumen edificatorio. La forma en qué se hizo, la prevalencia de intereses privados sobre los públicos, y el carácter altamente especulativo del turismo residencial también están en la base causal de esa percepción social ampliamente extendida.

d. TIPOLOGIA VARIADA DE TURISMOS Y TURISTAS

Altea presenta una variedad de productos turísticos derivados de su gama de recursos:

- Turismo residencial
- Turismo de sol y playa no masificado
- Turismo náutico
- Turismo urbano
- Turismo gastronómico
- Turismo de fin de semana
- Turismo de cercanía
- Turismo de invierno
- Turismo de naturaleza (por desarrollar)

- Y una variedad tipológica de turistas:
- Migraciones Internacionales de Residentes (MIR) y nacionales
 - Vacacionistas nacionales
 - Vacacionistas extranjeros
 - Turistas de cercanía
 - Turistas invernales
 - Turistas náuticos

hay una creciente percepción en la población residente en Altea de una pérdida de calidad de vida ligada al desordenado crecimiento urbanístico

Altea presenta una variedad de productos turísticos derivados de su gama de recursos





e. ESTACIONALIDAD

El turismo contemporáneo está condicionado por la estructura productiva. La estacionalidad es un producto de la interacción entre los tiempos productivos y las condiciones climáticas. Ambos factores son externos y los municipios no tienen capacidad de influencia sobre ellos. Por lo tanto, la estacionalidad es una condición intrínseca al turismo.

No obstante, los municipios y sus sectores turísticos locales tienen cierta capacidad de reducción de la estacionalidad. A escala local, se puede actuar sobre la estacionalidad de la siguiente manera:

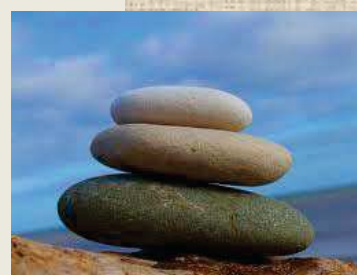
- 1.- Buscando tipologías de turistas que estén liberados de la temporalidad productiva
- 2.- Ampliando la oferta de productos y actividades turísticas que se adapten a condiciones climáticas no estivales

Altea puede actuar en ambas direcciones:

- 1.- Ya tiene el turismo MIR, que es independiente de la temporalidad productiva
- 2.- Para captar la llegada de turistas en épocas no estivales puede:

- Ofrecer actividades náuticas
- Ofrecer actividades de turismo activo y ambiental
- Ofrecer actividades de turismo urbano
- Ofrecer actividades culturales
- Ofrecer actividades gastronómicas
- Maximizar el uso del stock de viviendas vacías y secundarias como planta de alojamiento
- Organizar y conectar estas ofertas
- Publicitarlas por la RED mediante la construcción de páginas bien posicionadas
- Segmentos target: turismo de cercanía, turismo nacional, turismo nórdico.

los municipios y sus sectores turísticos locales tienen cierta capacidad de reducción de la estacionalidad: buscando tipologías de turistas que estén liberados de la temporalidad productiva y ampliando la oferta de productos y actividades turísticas





f. RIESGOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE ALTEA

- La reducción del estado social de bienestar europeo y español sitúa en peligro su demanda tradicional
- Pérdida de calidad del producto como consecuencia de la guerra de precios
- Masificación en determinados puntos (Sierra, en el Casco Antiguo, en la fachada litoral)
- La pérdida del segmento de mercado MIR
- Limitada concepción de la calidad de vida a paisaje y estética
- No se incluye en el concepto de calidad de vida:
 - La estabilidad ecosistémica
 - La estabilidad socioeconómica: igualdad
- Riesgos ambientales no considerados o percibidos
- La subida del precio de los carburantes afectará a la demanda de larga distancia
- La falta de preparación ante un entorno cambiante y turbulento
- La persistencia de un imaginario de posible recuperación del boom inmobiliario
- La persistencia de un imaginario de posible crecimiento ilimitado
- La persistencia de un imaginario de respuesta pasiva al mercado
- La persistencia de unos recursos infrautilizados y desconectados
- La incoherencia entre el producto calidad de vida y el impulso al crecimiento inmobiliario
- La pérdida de identidad y diferenciación
- El proyecto de transformar la línea de costa en una gran playa conllevaría la masificación y el sobreuso de las infraestructuras viales, aparcamientos, etc. Una mayor congestión de la N-332 sería enormemente perjudicial
- Una caída generalizada de precios de la segunda residencia como consecuencia del empobrecimiento del país, siendo el stock de viviendas de Altea un botín para especuladores internacionales.

La reducción del estado social de bienestar europeo y español sitúa en peligro su demanda tradicional

Masificación en determinados puntos (Sierra, en el Casco Antiguo, en la fachada litoral)

No se incluye en el concepto de calidad de vida la estabilidad ecosistémica ni la estabilidad socioeconómica: igualdad

La persistencia de un imaginario de posible crecimiento ilimitado

La pérdida de identidad y diferenciación





Conclusiones para Altea

- Altea vende calidad de vida, identidad y un producto diferenciado de calidad.
- Altea ha experimentado en los últimos años una descapitalización ambiental y urbanística debido al fuerte crecimiento del parque inmobiliario que afecta a su producto principal: la calidad de vida. Esa descapitalización debe ser corregida y ahora es el momento de iniciar esa recuperación.
- Altea posee y mantiene una amplia variedad de recursos: ambientales, paisajísticos, urbano-arquitectónicos, culturales e inmobiliarios. Debe maximizarse su uso y la generación de cluster que ligen recursos, productos y agentes sociales.
- Altea tiene una clara vocación residencialista basada en la calidad de vida.
- Es obligado establecer una diferenciación entre construcción y turismo residencial, entendido este último como el sector que satisface las necesidades y demandas de los turistas residenciales.
- La gran amenaza de Altea no es que evolucione hacia Benidorm sino una *torreviejización* de Altea.





Conclusiones del diagnóstico de empleo y turismo

1.- La construcción de segundas residencias no volverá a alcanzar los altísimos niveles de la pasada década. Razones:

a. La reestructuración del sistema financiero español que ocasiona enormes dificultades en la financiación tanto en la construcción-promoción (oferta) como en los compradores finales (demanda).

b. El stock de segundas residencias es elevadísimo. Hay que entender que este stock de segundas residencias no es solo español sino global. Todos estos proyectos de ocio residenciado compiten por una demanda en proceso de adelgazamiento.

c. El descenso de la capacidad adquisitiva de la demanda tradicional de segunda residencia (nacional y extranjera); los recortes en el sistema de bienestar y otras medidas que trasladan a las familias el coste de la crisis reduce fuertemente su capacidad de ahorro e inversión (recuérdese que la segunda residencia era una opción de veraneo residencial pero también un instrumento de inversión y ahorro para las familias).

d. La burbuja inmobiliaria no solo era un proceso económico de alza de precios y rápida producción de viviendas. La burbuja inmobiliaria fue también un entorno cultural que generó un proceso especulativo ligado a la potenciación de elementos irracionales en los cálculos económicos de los diferentes agentes sociales (ver el libro *Animal spirits*). Al estallar la burbuja inmobiliaria comenzó la crisis de la "cultura inmobiliaria" (entendida por una pérdida de la confianza de los compradores en el mercado que estimulaba acciones especulativas sin bases objetivas). Esa crisis en la "cultura inmobiliaria" también supone un freno para la demanda de segundas residencias.

e. El único escenario de recuperación del mercado inmobiliario es el de un empobrecimiento muy fuerte del país y una caída brutal de los precios de la vivienda tal que resulte de nuevo rentable para los especuladores internacionales. Este escenario es incompatible con el producto de calidad que debería ser objetivo principal en Altea. Por lo tanto, sería un escenario muy negativo.

2.- Altea seguirá siendo un municipio con vocación residencialista.

a.- Si a las viviendas censadas por el INE en 2001 (12.397) les sumamos tan solo las licencias de viviendas registradas desde ese año hasta 2011 (4.008), daría un total de 16.405 viviendas en Altea (para una población de 24.056 habitantes censados).

b.- Si a estos datos les añadimos el alto porcentaje de viviendas secundarias que en 2001 era superior al 50% y el alto porcentaje de población extranjera mayor de 65 años, se deduce directamente que Altea es y seguirá siendo un municipio con una clara vocación residencialista.





3.- El turismo residencial seguirá siendo uno de los pilares centrales de la economía alteana.

Nos referimos por turismo residencial no a la actividad constructora/inmobiliaria sino al sector económico de servicios e infraestructura dirigido a satisfacer las necesidades de los turistas residenciales (tanto migrantes internacionales retirados como los veraneantes nacionales o extranjeros que emplean residencias para alojarse durante su tiempo –largo o corto) de ocio.

4.- El producto turístico de Altea es el municipio en su conjunto y la calidad de experiencia residencial y turística que ofrece.

a.- La experiencia turística es un sumatorio de percepciones que constantemente lleva a cabo el turista. En el caso de Altea, este sumatorio engloba a gran parte del municipio y no solo a las actividades propiamente turísticas.

b.- El producto que vende Altea es calidad de vida, calidad residencial y calidad de la experiencia turística.

c.- Las acciones encaminadas a mejorar el turismo en Altea son las mismas que deben hacerse para mejorar la calidad de vida de los alteanos.

5.- Altea debe definir su modelo de comunidad eliminando incoherencias

a.- La calidad de vida es incompatible con el crecimiento continuo y erróneamente planeado de la construcción residencial

6.- El sector de la construcción y del negocio inmobiliario no podrá generar los niveles de empleo de la década pasada

7.- La supervivencia del municipio pasa por la diversificación económica

8.- La supervivencia del municipio pasa por seguir atrayendo y reteniendo a los migrantes internacionales retirados

9.- La supervivencia del municipio pasa por fortalecer una diversidad de turismos que apoyen a los tradicionales MIR y vacacionistas residenciales

10.- La maximización de sus recursos turísticos

11.- La conexión de recursos mediante la creación de clusters

12.- El desarrollo de una economía de la cultura, de la naturaleza, del conocimiento y de la información

13.- Es fundamental fortalecer el capital social del municipio

14. Hay que transformar factores negativos en puntos fuertes. Por ejemplo, el stock de viviendas vacías debe convertirse en parte de la planta de alojamiento turístico del municipio. La huerta debe dejar de ser un lugar exclusivamente residencial para convertirse también en un lugar para la recreación y la producción, promocionando la agricultura de cercanía.





3. INFORME DE EXPERTOS

El presente apartado tiene por objeto exponer las valoraciones que los expertos han realizado en relación a la actual situación del municipio de Altea y a los desafíos que se vislumbran en un futuro próximo en relación al empleo y el turismo. Las entrevistas realizadas a expertos se enmarcan en la última fase del estudio, consistente en elaborar propuestas de desarrollo del municipio que sean capaces de reconducir el modelo hacia fórmulas más exitosas y sostenibles ambiental, económica y socialmente.

las entrevistas realizadas a expertos se enmarcan en la última fase del estudio

Apartado metodológico

La información primaria se ha obtenido por medio de entrevistas semi-estructuradas realizadas a un conjunto de 16 expertos (académicos, gerentes y/o empresarios, técnicos de corporaciones municipales y representantes de colectivos sociales y empresariales). Los componentes del citado grupo de expertos están ligados directa o indirectamente a la actividad turística del municipio, aunque desde ámbitos dispares de la actividad socioeconómica así como desde distintas áreas de conocimiento.

El procedimiento de elección de los participantes responde a criterios de complementariedad discursiva y estructural. Se ha identificado y seleccionado a un conjunto de informantes que abarca la máxima variabilidad de perspectivas y puntos de vista discursivos, en relación al empleo, al turismo y a la construcción como estrategia de desarrollo económico y social. Las entrevistas han sido realizadas telefónicamente, con una duración media de 40 minutos. La forma de registro de los contenidos de la entrevista se ha dejado a elección de los participantes (grabación de sonido audio o anotaciones por escrito). La información aportada será expuesta en este informe respetando el anonimato de los informantes.

los componentes del grupo de expertos están ligados directa o indirectamente a la actividad turística del municipio





Áreas temáticas de la entrevista

Son principalmente tres bloques temáticos los abordados en las entrevistas a expertos:

- o Construcción como estrategia de desarrollo económico y social.
- o Empleo.
- o Actividad turística.

preferencia expresada por los expertos por un modelo de desarrollo turístico basado en el concepto de "calidad"

Resultados

Parece incuestionable la vocación turística del municipio de Altea. Tan incuestionable es como la preferencia expresada por los expertos consultados por un modelo de desarrollo turístico que tenga al concepto de "calidad" como su principal eje vertebrador. Sin embargo, es perentorio que la población exprese por qué modelo de desarrollo turístico y social quiere apostar para el futuro de Altea, puesto que las estrategias derivadas de esta elección serán diferentes y, además, deben ser compartidas y participadas por todos los agentes sociales y turísticos del municipio. La ciudadanía, junto al tejido asociativo y empresarial y la administración local deben ser partícipes del proceso para emprender el camino del cambio con garantías de éxito.

la ciudadanía, junto al tejido asociativo y empresarial y la administración local deben ser partícipes del proceso de cambio

Resultados generales

Existe unanimidad entre los expertos consultados en considerar deseable el inicio de un nuevo periodo de desarrollo del municipio –y de la comarca- no caracterizado por la monofuncionalidad del sector de la construcción. Ahora se abre una nueva etapa que ha de caracterizarse por un modelo de desarrollo territorial basado en actividades económicas diversificadas y complementarias, y sostenibles económica, social y ambientalmente.

La consideración de los denominados "micro-nichos" hace alusión a la necesidad de atender a un surtido variado de actividades económicas que sean capaces, en conjunto, de generar niveles altos y estables de riqueza económica y de capital social.

se abre una nueva etapa que ha de caracterizarse por un modelo de desarrollo territorial basado en actividades económicas diversificadas y complementarias





La estrategia de la diversificación también se presenta como la manera más eficiente y eficaz de resistir a las embestidas de las coyunturas económicas globales desfavorables, y que son de carácter cíclico.

De igual modo, la diversificación de actividades económicas también se presenta como la mejor arma capaz de neutralizar el fenómeno de la estacionalidad turística de Altea. Este fenómeno tiene dos efectos evidentes: a) una escasa dinamización del tejido económico del municipio y b) una insuficiente e inestable oferta de servicios de ocio para residentes y turistas.

Impulsar y promocionar un turismo de cercanía también responde a la idea de combatir la estacionalidad turística estival, promoviendo una oferta variada de reclamos turísticos (deporte náutico, arte y cultura, gastronomía y medio ambiente) en el entorno autonómico y nacional.

No obstante, todas las actividades o micro-nichos deben ir encaminados a alcanzar una misma imagen de marca del municipio, a definir por todos los agentes sociales y turísticos. La consecución exitosa de una imagen de marca requiere de la voluntad, compromiso y participación de toda la sociedad alteana, y conlleva un notable esfuerzo en coordinación y comunicación entre administraciones y entre éstas y los agentes sociales. Dichos esfuerzos se elevarían exponencialmente si se tratara de conseguir esa imagen de marca de manera unilateral, sin coordinación institucional o con entidades y ciudadanos en convivencia fragmentada.

Desterrada la monofuncionalidad territorial, esta nueva perspectiva sobre el empleo y el turismo ha de poner en valor los recursos del territorio tratando de transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, a través de la creación de un sistema de sinergias entre los recursos humanos, culturales y ambientales existentes en Altea. Sin embargo, dos son los grandes obstáculos que han de salvarse en el inicio del camino: el cambio de conciencia general para una nueva etapa (*¿cuál es mi papel como político, empresario o ciudadano?*) y el proceso de la planificación estratégica (*¿qué queremos que sea Altea en el futuro?*).

la diversificación como estrategia ante situaciones económicas desfavorables y ante la estacionalidad

alcanzar una misma imagen de marca del municipio

transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas

cambio de conciencia general para una nueva etapa





En concreto, los expertos señalan que Altea debe alcanzar la diferenciación en un entorno nacional e internacional muy competitivo a través de a) la calidad de los servicios ofertados por el sector turístico, b) el impulso de una serie de los micro-nichos basados en la cultura, la salud, la gastronomía, la náutica y el medio ambiente, y c) a través de una escena urbana singular y un entorno rural protegido. Un sector turístico que, en relación al alojamiento, ha de orientarse tanto a los inmigrantes europeos que pasan largas estancias en el municipio, como al segmento de turistas hoteleros y al turismo de cercanía. Es posible y deseable ampliar la oferta hotelera con pequeños establecimientos en el casco antiguo de una estética excepcionalmente cuidada. Si bien, para ello es imprescindible disponer de una oferta completa y bien articulada de ocio cultural, agroecológico, náutico y gastronómico. Elementos todos ellos que confieren a Altea originalidad y diferenciación, en una apuesta decidida por la complementariedad territorial.

A través de la rehabilitación de las actuales edificaciones (residencias, hoteles), viales y demás equipamientos urbanos, mejorará la imagen y estética de la escena urbana alteana, tan característica y original en el imaginario colectivo pasado, como vacilante y vulnerable en el presente; sin embargo, también constituirá en el corto plazo una actividad capaz de neutralizar las altas tasas de desempleo, además de una inyección de recursos económicos para las pequeñas empresas locales de reformas. Por no olvidar que la renovación de las construcciones, junto al impulso de una oferta de servicios integral (cultura, deporte, gastronomía, salud), puede suponer la reactivación de la demanda del mercado inmobiliario con el objeto de absorber el actual parque de vivienda vacía.

No obstante, un desarrollo satisfactorio y estable en el medio y largo plazo pasa inevitablemente por la formación y el reciclaje. La diferenciación como destino turístico antes mencionada se levanta sobre nuevos pilares de actividad o nichos de empleo que requieren capacitaciones y aptitudes muy diferentes a las requeridas en épocas pasadas de crecimiento urbanístico. La formación en idiomas, restauración y en atención al cliente es indispensable para cualificar al actual cuerpo de empleados del sector turístico; sector que debe ser capaz de abordar las oportunidades que la actividad náutica, el patrimonio artístico y cultural, y los recursos naturales les brinda el municipio para un desarrollo integral y perdurable. La capacitación en gestión de

**calidad turística,
micro-nichos y
entorno urbano y
natural protegido**

**impulso de una
determinada
actividad hotelera
junto con la
articulación de
servicios turísticos**

**rehabilitación de
viviendas para ganar
calidad de vida y
como actividad
económica**

**formación y reciclaje
para los nuevos
yacimientos de
empleo**





empresas y herramientas ofimáticas es esencial para dar impulso al emprendurismo, e incite así a generar un nuevo tejido dinámico local de actividad económica.

De otro lado, mención especial requiere otro tipo de formación orientada a proporcionar un conjunto de servicios personalizados a las personas mayores (especialidades asociadas a la geriatría y gerontología). Este segmento de población –y de turistas-, el de la tercera edad, se caracteriza por ostentar niveles medios-altos de educación y/o han desarrollado carreras profesionales; también tienen un estatus económico acomodado y han crecido principalmente en un entorno de libertades políticas. Todo lo cual se traduce en que tienen inquietudes diferentes a las de la población jubilada de épocas pasadas y demandarán, de aquí en adelante, diferentes formas de relacionarse con otras generaciones, participar en los asuntos públicos locales o tener libre acceso al consumo privado de productos y servicios. Este segmento de turistas encontrará en Altea el destino idóneo para adentrarse en una etapa de la vida caracterizada por la búsqueda de la serenidad y de la autorealización personal.

En este sentido, la dinamización sociocultural y comunitaria desempeñará un papel central en la articulación del citado conjunto de servicios y actividades orientados a proporcionar una calidad de vida plena para todos (cultura, deporte, agroecología, gastronomía, salud). Esto permitirá abolir las barreras a menudo percibidas entre mayores y jóvenes, turistas y locales, y nacionales y extranjeros. La diferenciación de destino se hace imprescindible para desenvolverse con éxito en un contexto comarcal, nacional e internacional de alta competitividad entre destinos turísticos, y pasa por conquistar la imagen de una *slow city* mediterránea, con un entorno local de cooperación institucional y participación ciudadana, dinamizado por la acción sociocultural y la dinamización comunitaria.

Nuevamente, el éxito no pasa solo por un cambio de aptitudes, sino por un cambio de actitudes: resulta vital promover y alentar un sistema proactivo de desarrollo territorial basado en las ideas, la creatividad y la innovación. El grupo de expertos anticipa que la colaboración institucional, la voluntad política y la implicación ciudadana se erigen como los principales motores del cambio en Altea. A ello contribuiría la creación de un foro permanente de expertos, al cual se incorporarían los agentes sociales en

servicios para la tercera edad, actividad náutica, energías renovables, restauración y patrimonio cultural y natural

la diferenciación de destino se hace imprescindible

resulta vital promover un sistema proactivo de desarrollo territorial basado en las ideas, la creatividad y la innovación





encuentros regulares, el cual tendría como principal cometido generar conocimiento al servicio del desarrollo de Altea, así como canalizar y coordinar los esfuerzos del tejido social y empresarial del municipio.

Resultados por áreas temáticas

o CONSTRUCCIÓN

Niveles de construcción adecuados.

Existe unanimidad en considerar que Altea no debería continuar con los altos niveles de construcción acontecidos entre los años 2002 y 2006. No hay posibilidad en la actualidad de activar semejante demanda en el sector inmobiliario, pero tampoco sería deseable.

Costes y beneficios de la disminución de los niveles de construcción en Altea.

Esta posición es argumentada sopesando tanto los beneficios que puede reportar a Altea, como los costes o perjuicios que ocasiona la contracción del sector de la construcción. Entre éstos últimos destaca la situación de desempleo que ha originado el estancamiento de la actividad inmobiliaria; también el notable descenso de ingresos en las arcas municipales. En todo caso, los costes son considerablemente menores que los beneficios identificados. En relación a los beneficios, son numerosos los citados: una mejor conservación del medio ambiente, mayor interés y protección del patrimonio cultural y una mejora de la estética e imagen del municipio como destino turístico. Es decir, se recuperará y revalorizará la identidad original de Altea.

El descenso de la actividad constructiva también permitirá focalizar los esfuerzos (empresariales, institucionales) hacia la rehabilitación de las actuales edificaciones, viales, zonas ajardinadas y demás equipamientos urbanos (estética armoniosa, coherente: aprecio por el detalle) lo cual se traducirá en un aumento en la actividad de pequeñas empresas locales de reformas. La agricultura se ve de igual modo fortalecida, revitalizada en su versión con mayor valor añadido (ecológica, con denominación de origen o sellos de calidad, o como materia prima para el sector restauración).

los costes de la disminución de los niveles de construcción son considerablemente menores que los beneficios identificados

permitirá focalizar esfuerzos en la rehabilitación de viviendas y espacios urbanos





Por último, es destacable que por encima de otras consideraciones, la actual situación de parálisis acentuada del sector de la construcción es interpretada como una oportunidad para replantearse el modelo de desarrollo óptimo para Altea: éste debe incluir altas dosis de creatividad y conocimiento –que tantos réditos le aportó en el pasado-. Del mismo modo, es la oportunidad de asentar nuevas bases en el marco normativo de la regulación urbanística, con la inclusión efectiva de los principios de conservación, recualificación, sostenibilidad y de reorganización urbanística.

Tipología de producto urbanístico óptimo para Altea.

Los informantes que componen el grupo de expertos señalan básicamente a tres tipos de productos urbanísticos que pueden beneficiar a Altea: a) la edificación de pocas alturas en el casco urbano que guarde una estética acorde con el entorno urbano tradicional alteano, preferiblemente situados en el frente litoral para revitalizar el actual aspecto degradado. La recuperación de valores ambientales y comunitarios se traslada a la edificación, en forma de viviendas con autonomía energética y con espacios de provecho común (lavandería, patio interior, etc.); b) la incorporación de pequeños establecimientos hoteleros –hotel o aparta-hotel- en el casco antiguo, con diseño personalizado y una imagen extremadamente cuidada; y c) la reorganización de las urbanizaciones periféricas (incluidas las situadas en Sierra Bernia) con el objeto de ofrecer un producto urbanístico de gran calidad, orientado al segmento de alto poder adquisitivo, aunque siguiendo criterios de sostenibilidad ambiental.

La imagen del producto urbanístico óptimo para Altea queda completada con actuaciones orientadas a la rehabilitación de todas las edificaciones, viales y equipamientos urbanos que no guarden una línea armoniosa e integral de conjunto. Son descritas como intervenciones quirúrgicas, puntuales, tanto en el núcleo urbano como en la periferia, en las que deben tomar partido los propietarios y el sector público (incentivación económica con rebaja de impuestos locales, o impulsando nuevos marcos normativos).

oportunidad para replantearse el modelo de desarrollo óptimo para Altea

edificaciones de pocas alturas, pequeños establecimientos hoteleros y reorganización de urbanizaciones periféricas

rehabilitación de todas las edificaciones, viales y equipamientos urbanos que no guarden una línea armoniosa e integral de conjunto





o EMPLEO

Líneas de actuación prioritaria en materia de empleo.

Las líneas de actuación prioritaria en materia de empleo discurren inevitablemente por el ámbito de la formación y el reciclaje. Sin embargo, nuevamente se ha de apelar a la colaboración y cooperación institucional, dadas las competencias que en materia de educación y formación tiene la Generalitat Valenciana.

Existen unos segmentos de población con bajos niveles de cualificación procedentes de la actividad inmobiliaria, los cuales necesitan insertarse en itinerarios formativos acordes a la demanda que generan los nuevos yacimientos de empleo. La formación en idiomas, restauración y en atención al cliente es indispensable para cualificar el actual cuerpo de empleados del sector turístico. El objetivo es generar un "cultura de servicios", dotar de un valor añadido al conjunto de servicios turísticos básicos para que Altea tenga la capacidad de recibir satisfactoriamente a un segmento de demanda que busca en la localidad una atención personalizada y cualificada diferente a la ofrecida por otros destinos turísticos. En este segmento se sitúan los turistas extranjeros y nacionales con poder adquisitivo medio-alto, los cuales se alojan en segundas residencias y en un sector hotelero en proceso de renovación (con mayor identidad, de pequeño tamaño y de trato personalizado, e insertos plenamente en los circuitos comarcales de actividades de ocio turístico). El aprendizaje de idiomas como el inglés, el ruso u otros idiomas nórdicos será definitivo para poder, en primer lugar, establecer estrategias sólidas de comercialización, comunicación y promoción del destino Altea, y en segundo lugar, permitirá acogerlos satisfactoriamente en el destino para su integración adecuada en el circuito local de servicios turísticos.

Adicionalmente, la capacitación en gestión de empresas (contabilidad, dirección de empresas, marketing virtual) y en herramientas ofimáticas es esencial para dar impulso al emprendurismo, incitando así a generar un nuevo tejido dinámico local de actividad económica.

Una segunda línea de trabajo propuesta por el grupo de expertos para la inserción laboral consiste en fomentar el autoempleo. De un lado, existe la percepción de que hay en Altea una carencia generalizada de iniciativa emprendedora, de un déficit entre la población del sentido del riesgo necesario para emprender un

apelar a la colaboración y cooperación institucional, dadas las competencias que en materia de educación y formación tiene la Generalitat Valenciana

La formación en idiomas, restauración y en atención al cliente es indispensable para cualificar el actual cuerpo de empleados del sector turístico

percepción de que hay en Altea una carencia generalizada de iniciativa emprendedora





negocio y alcanzar una posición económica de mayor bienestar. De otro lado, todos los procedimientos administrativos necesarios para la apertura de un negocio se interpretan como trabas burocráticas innecesarias que impiden transformar una idea de negocio en un proyecto empresarial real.

Se propone fomentar el sentido emprendedor a través del fortalecimiento de los servicios de acompañamiento de personas emprendedoras, dotando de asesoramiento en materia laboral, jurídica o contable, o mediante la asistencia en la elaboración del plan de negocio de los potenciales emprendedores. También es posible el fomento del emprendurismo proporcionando información sobre posibles nichos que pueden llegar a convertirse en fuentes generadoras de riqueza, o a través de los concursos de ideas ligados a las estrategias que se prevean desarrollar para la creación de la imagen de marca de Altea.

fortalecimiento de los servicios de acompañamiento de personas emprendedoras

diversificación de actividades económicas complementarias y respetuosas con el medio ambiente

o PRODUCTO TURÍSTICO Y SECTORES PRODUCTIVOS

Nuevos nichos de empleo y productos turísticos en Altea. Acciones a emprender para aprovechar y desarrollar esos nuevos nichos de empleo.

Un desarrollo sustentable social y ambientalmente del municipio de Altea es interpretado como una apuesta firme por un modelo de desarrollo caracterizado por la diversificación de actividades económicas complementarias y respetuosas con el medio ambiente. Esto es, la consideración de diferentes micro-yacimientos empresariales que, bajo el criterio de la calidad, en conjunto doten al municipio de un tejido de actividad económica cohesionado y coherente con la imagen de producto que Altea quiere transmitir, y perdurable y resistente ante escenarios de inestabilidad económica y de estacionalidad turística. El fortalecimiento de la calidad turística, en detrimento del creciente proceso de masificación, proporcionará a Altea una posición singular en el panorama nacional e internacional de destinos turísticos.

El reconocimiento internacional de la gastronomía española debe ser aprovechado tratando de rentabilizar la huerta alteana (a través de la agricultura ecológica, de cercanía o de ocio) y la tradición pesquera, para lo cual resulta imprescindible la formación en dirección de cocina, perfil profesional que incluso ya es demandado en la actualidad.

fortalecimiento de la calidad turística, en detrimento del creciente proceso de masificación, proporcionará a Altea una posición singular

el reconocimiento internacional de la gastronomía española debe ser aprovechado





Una población instruida adecuadamente en atención al cliente, en idiomas y restauración se consigue con mayor efectividad cuando la formación se desarrolla dentro de un entorno laboral; al término, estas personas pueden orientarse hacia itinerarios profesionales variados: empresas de deportes náuticos, hoteles, restaurantes, empresas de dinamización urbana y sociocultural, empresas de turismo activo, empresas de educación ambiental o de educación en agroecología.

La dinamización urbana y sociocultural es identificada como uno de los principales nichos de empleo a desarrollar en Altea. La dinamización comunitaria en un sentido amplio comprende toda una serie de actividades y servicios ofrecidos por la iniciativa privada, por el tercer sector y promovidos y canalizados a través de organismos públicos locales. En síntesis, son actividades que tienen por objetivo generar redes de relaciones entre los diferentes agentes sociales, la administración, los turistas y la ciudadanía, con especial atención a colectivos vulnerables como personas mayores (locales y extranjeros), jóvenes, desempleados, mujeres, discapacitados o personas convalecientes. Generar red es hacer más eficiente la inversión de recursos públicos y privados y reporta salud y bienestar a la vida en comunidad, elemento tan valorado por las migraciones internacionales de jubilados y por la población en general del municipio. En esta línea destacan los informantes que la dinamización comunitaria ayudaría, entre otras cosas, a combatir la actual situación de fractura social existente en Altea entre algunos colectivos, originada principalmente por la distinción de origen (hermetismo entre diferentes nacionalidades y distinción entre locales y foráneos o "castellanos"). Los programas y actividades enmarcadas en la dinamización social son variadas y numerosas, aunque cabe mencionar algunas: la interpretación del patrimonio cultural y/o natural, la animación urbana, el crecimiento personal (meditación, taichí, etc.), etc. Dada la singular situación del turismo en Altea, caracterizada por el fenómeno del residencialismo de jubilados internacionales con alto poder adquisitivo, la dinamización social se convierte en un campo de actividad económica de gran interés, además de una estrategia eficaz de prevención en materia sanitaria.

La dinamización comunitaria como línea estratégica del desarrollo del municipio converge con otra idea consistente en promocionar a Altea como centro de referencia nacional de los servicios personalizados de salud para las personas mayores. Para largas estancias recreativas o para los periodos de convalecencia, la

impulsar la formación en empleo

generar red es hacer más eficiente la inversión y reporta bienestar a la vida en comunidad, tan valorado por las migraciones internacionales de jubilados

la dinamización urbana y sociocultural es identificada como uno de los principales nichos de empleo a desarrollar en Altea

Altea como centro de referencia nacional de los servicios personalizados de salud para las personas mayores





creación de un sistema de infraestructuras y servicios orientados hacia el bienestar de las personas mayores puede suponer un gran impulso económico al municipio. Para ello es necesario, en primer lugar y para comenzar, la formación en especialidades sobre geriatría y gerontología, el acondicionamiento de centros para su acogida, hacer accesible el entorno urbano, y la creación de un conjunto de servicios de ocio diseñados para personas mayores. La innovación y la creatividad, junto al acopio de experiencias exitosas a nivel internacional, deben dar forma a esta iniciativa. Atrás debe quedar, por ejemplo, el evidente aislamiento de las personas mayores en centros situados en la periferia de las ciudades: cada vez son más las generaciones que se adentran en edades de jubilación (nacionales y extranjeros) con altos niveles de instrucción y/o que se han formado en entornos profesionales; también tienen un estatus económico acomodado, gozan de hábitos más saludables y han crecido en un entorno de libertades políticas. Sus inquietudes, por tanto, son diferentes, y demandan poder participar en la vida pública de su localidad, pretenden romper con las tradicionales barreras que dificultan la interacción social con otras generaciones, las barreras que dificultan su movilidad por unas ciudades reservadas casi exclusivamente al tráfico rodado, o que dificultan su capacidad de acceso al consumo privado de productos y servicios. El segmento de la tercera edad encontrará en Altea el destino idóneo para adentrarse en una etapa de la vida caracterizada por la búsqueda de la serenidad y de la autorealización personal.

También existe unanimidad en recuperar el arte y la cultura como otro de los motores de actividad que dinamice la economía y sociedad alteana. Una apuesta por la llamada economía de la cultura y de los bienes patrimoniales. No ha de tratarse de un mero emblema, sino que hay que dotar de contenido real a la iniciativa de la Altea de los creadores, la cultura y el arte, con propuestas basadas en la innovación y en la incorporación de las nuevas tecnologías.

El proceso de masificación y de sobreocupación del territorio ha terminado erosionando la faceta cultural de Altea. El municipio cuenta con una serie de recursos e infraestructuras manifiestamente infrutilizados, entre los que destacan la Facultad de Bellas Artes y el Palau Altea. Ambas infraestructuras, como estandartes de la cultura y el conocimiento, deben ser incluidos en un proceso sinérgico en el que tomen parte activa los turistas, los ciudadanos, el tercer sector, la administración pública y la iniciativa privada. Nuevamente se hace indispensable destacar la

38

formación en especialidades sobre geriatría y gerontología

innovación y la creatividad, junto al acopio de experiencias exitosas a nivel internacional, deben dar forma a esta iniciativa

recuperar el arte y la cultura como otro de los motores de actividad que dinamice la economía y sociedad alteana

recursos e infraestructuras manifiestamente infrutilizados, entre los que destacan la Facultad de Bellas Artes y el Palau Altea





importancia de la comunicación y cooperación institucional: es preciso habilitar nuevos canales de comunicación con la Universidad Miguel Hernández, en una búsqueda de convenios de colaboración y ayuda mutua. De otro lado, al Palau Altea se le demanda, en primer lugar, que facilite la accesibilidad a la población alteana (y de la comarca), con una programación atractiva y precios asequibles. En este espacio debe tener cabida tanto los espectáculos de gran reputación internacional, como el folclore y el potencial artístico de la comarca. En segundo lugar, se le demanda una mayor presencia en el circuito de servicios turísticos, una mayor articulación con otros recursos turísticos del entorno: hay que visibilizar su programación y simplificar y facilitar el procedimiento de adquisición de entradas.

Además, el arte y la cultura han de poder interpretarse. Los expertos consultados indican que la recuperación de la imagen de Altea como centro de la cultura pasa por hacer partícipes a los excursionistas, turistas y residentes de la historia cultural y artística del municipio, a través de los servicios de interpretación patrimonial (tangible e intangible), como puedan ser los itinerarios interpretativos o los dinamizadores culturales y urbanos. Altea goza de un patrimonio artístico y cultural poco dinamizado. En el imaginario colectivo se encuentra bien posicionada la imagen de Altea como centro de artes plásticas. Si bien, esta imagen construida se ha visto muy deteriorada en la última década como consecuencia de la masificación del destino, debida a la atención preferentemente dada al crecimiento urbanístico. La interpretación patrimonial comienza en la prestación de un servicio en la oficina de turismo de mayor amplitud (horarios y días de apertura, mejora de contenidos, etc.).

La especialización del comercio en artesanía es identificado como otro de los micro-nichos relevantes, y muy vinculado tanto con la Altea de épocas anteriores como a otros micro-nichos de futuro ya citados y aún por explotar. El impulso de esta actividad contribuye a generar una imagen coherente de una Altea artesanal, singular y creativa; humana, cosmopolita, participativa y saludable. Una *slow city* situada en las antípodas de otros destinos caracterizados por la masificación residencial y turística, por los productos estándar y una oferta de ocio tan extremadamente excitante como efímera, que brotan en sociedades atomizadas y en constante competencia.

El turismo de interior y de naturaleza también es citado como una actividad que debe complementar el tradicional turismo de sol y

39

el arte y la cultura han de poder interpretarse

Altea goza de un patrimonio artístico y cultural poco dinamizado

la especialización del comercio en artesanía es identificada como relevante

imagen coherente de una Altea artesanal, singular y creativa; humana, cosmopolita, participativa y saludable





playa. El enclave natural privilegiado en el que se encuentra Altea supone una fortaleza que ha de potenciarse, ya que cuenta con entornos de gran valor ambiental como el Parque Natural de Serra Gelada, la Sierra de Bernia o el Río Algar. Tanto la educación ambiental como el turismo activo (senderismo, cicloturismo, montañismo, etc.) ofrecen oportunidades como nichos de empleo y como recursos turísticos complementarios. En este sentido, la custodia del territorio generará asociaciones favorables entre el capital social alteano y su patrimonio natural y cultural: la implicación del tejido asociativo y del voluntariado (jóvenes, jubilados nacionales y extranjeros) en la preservación y promoción de los entornos rurales del municipio ayudará a dinamizar estos espacios, permitiendo ser incluidos formalmente en la oferta de recursos turísticos de Altea.

También en relación al turismo ambiental, los expertos consultados advierten que la agroecología encaja perfectamente en la imagen de Altea como destino que retoma las viejas formas de relacionarse con la tierra y la comunidad. Quizá sea el momento de buscar fórmulas de rentabilidad en la producción y comercialización agrícola, capaces de avanzar en la cadena de valor (transformación y comercialización) e incluyendo prácticas más sostenibles que reporten valor al producto final (producción ecológica, promoción de variedades autóctonas, adquisición de sellos de calidad). La producción agrícola ecológica es un atractivo costeable al paladar del turista europeo, el cual valora muy positivamente la gastronomía española en general y el consumo de frutas y verduras en particular. La agricultura de cercanía puede suministrar materia prima de gran calidad a los restaurantes del municipio, mientras que la agricultura en su versión recreativa y de ocio puede insertarse formalmente en el circuito de servicios turísticos, resultando atractivo a un segmento de turistas sensibles a los nuevos valores posmodernos.

Altea debe potenciar y desarrollar la oportunidad que le brinda la costa. Como el turismo cultural, gastronómico y de salud, el turismo náutico, con la infraestructura ya disponible de varios puertos deportivos, es claro ejemplo de un recurso infravalorado, de una ventaja comparativa no transformada en ventaja competitiva. El deporte náutico es susceptible de incluirse formalmente en la imagen de marca promocionada de Altea en los distintos foros y encuentros turísticos. La climatología local permite la práctica náutica durante gran parte del año y su potenciación y promoción, especialmente entre la población infantil, el turismo de cercanía y el turismo nórdico, ayudaría a romper la estacionalidad.

el turismo de interior y de naturaleza como una actividad que debe complementar el tradicional turismo de sol y playa

la agroecología encaja perfectamente en la nueva imagen de Altea

la agricultura en su versión recreativa puede insertarse formalmente en el circuito de servicios turísticos

el turismo náutico es claro ejemplo de un recurso infravalorado





También en relación a la mejora del producto turístico, es posible y deseable ampliar la oferta hotelera con pequeños establecimientos en el casco antiguo de una estética excepcionalmente cuidada. Se trata de hoteles de diseño único, con un número reducido de plazas y caracterizado por un trato personalizado, que deben estar bien articulados dentro del circuito de servicios de ocio turístico comarcal. Es decir, es imprescindible disponer de una oferta completa y bien articulada de ocio cultural, agroecológico y rural, náutico y gastronómico, y que sea atractiva, también, a la demanda del turismo de cercanía (autonómico y nacional), dado que este tiene la virtud de contrarrestar la actual estacionalidad turística del producto de sol y playa.

es deseable ampliar la oferta hotelera con pequeños establecimientos en el casco antiguo de una estética excepcionalmente cuidada

Principales dificultades y costes de las propuestas.

Es extendida entre la opinión de los expertos considerar que no existen grandes dificultades en emprender los cambios señalados en relación al empleo y al producto turístico de Altea. Es habitual considerar que los beneficios económicos y sociales superan con creces los inconvenientes que pudieran surgir en la implementación de un nuevo sistema de desarrollo en el ámbito local. Máxime teniendo en cuenta que la innovación propuesta se basa fundamentalmente en movilizar recursos endógenos, esto es, fortalezas ya disponibles en el municipio de Altea. En todo caso, las actividades económicas perjudicadas serían todas aquellas que no pudieran adaptarse a unos estándares mínimos de calidad en el servicio, el producto y/o en los procesos de producción de los productos turísticos. Con todo, serían tres los inconvenientes destacados por los expertos: la falta de financiación actual, la falta de concienciación general para asumir cambios, y el déficit de infraestructuras de comunicación y transporte.

no existen grandes dificultades en emprender los cambios señalados en relación al empleo y al producto turístico de Altea

La falta de financiación podrá ser contrarrestada con la movilización del capital social del municipio, mediante la promoción de sinergias entre las administraciones, el sector privado y las asociaciones civiles y ONG's (o tercer sector), y entre éstos y todos los recursos tangibles e intangibles (que suponen ventajas comparativas, como la cultura y la naturaleza). Generar red es hacer más rentable y eficiente los procesos y facilita la consecución de objetivos. La custodia del territorio hace alusión a la inclusión del Tercer Sector en la dinamización de los recursos culturales y naturales del municipio y, a cambio de un esfuerzo en coordinación y comunicación, se obtienen grandes beneficios económicos y sociales, inalcanzables desde la inversión de

la falta de financiación podrá ser contrarrestada con la movilización del capital social del municipio, mediante la promoción de sinergias





organismos operando unilateralmente.

En segundo lugar, es también una opinión extendida que la carencia general existente de propensión al cambio supone un obstáculo para afrontar los nuevos retos en materia turística en un escenario global de gran competencia. La voluntad política y la concienciación ciudadana sobre la necesidad de tomar una actitud proactiva y colaborativa será imprescindible para afrontar un proceso de fortalecimiento de la industria turística de Altea basada en la calidad, la innovación, la diversificación y la diferenciación.

En tercer lugar, resulta evidente el inconveniente que supone para el futuro desarrollo de Altea el déficit de infraestructuras y servicios de comunicación y transporte. Los problemas de circulación del tráfico rodado durante las temporadas de mayor afluencia turística suponen una gran incomodidad para turistas y residentes del municipio. Se contempla como solución la posibilidad de acometer el proyecto de circunvalación, así como la posibilidad de liberalizar el tramo de autopista próximo a Altea. También es identificada como debilidad la inconexión directa del aeropuerto del Altet con Altea.

Otras consideraciones significativas que favorecerán a Altea como destino turístico.

Es indudable que en la actualidad Altea es un destino en el que destaca el producto de sol y playa. Sin embargo, parece que durante los últimos años este tipo de producto se ha visto en ocasiones denostado. Las razones parecen encontrarse en la vinculación instintiva que se ha realizado de este recurso con todo el sistema de monofuncionalidad productiva que ha supuesto el crecimiento exponencial urbanístico. De este modo, parecía que el residencialismo nacional e internacional era la única e inevitable manera de obtener una provechosa rentabilidad económica del paisaje litoral y sus cálidas temperaturas. Ante el deterioro ambiental y en vísperas de la crisis económica y del estallido de la burbuja inmobiliaria, todas las miradas ya comenzaban a señalar al excesivo crecimiento urbanístico como el elemento que había agudizado el malestar económico, social y ambiental. La consecuencia fue que el rechazo al descontrolado crecimiento urbanístico se tradujo en rechazo a la actividad vinculada a él: el turismo de sol y playa. No obstante, los expertos señalan que lejos de denostar la figura del “sol y playa”, hay que potenciarlo como ventaja comparativa que es, muy valorada y admirada especialmente por el segmento de turistas europeos, orientándolo

42

la voluntad política y la concienciación ciudadana sobre la necesidad de tomar una actitud proactiva y colaborativa será imprescindible

resulta evidente el inconveniente que supone el déficit de infraestructuras y servicios de comunicación y transporte

lejos de denostar la figura del “sol y playa”, hay que potenciarlo como ventaja comparativa que es





hacia el surgido variado de actividades económicas que suponen los micro-nichos ya descritos (arte y cultura, salud, gastronomía, náutica y agroecología).

Por otro lado, los expertos coinciden en destacar que la crisis debe considerarse también una oportunidad para abrir un espacio de reflexión en el cual situar el foco de atención la relación hombre/naturaleza, a propósito de los diferentes recursos naturales de los que goza el municipio. El concepto de solidaridad intergeneracional parece ser ampliamente aceptado como argumento para la conservación y protección del medio natural, y no es posible garantizar en Altea escenarios futuros de bienestar si se dismantelan las actuales fuentes de riqueza natural y cultural. También se ve dañada la imagen de marca Altea. El desarrollo de la actividad náutica parece incompatible con la aparición de aguas residuales en el mar, o de restos de cartuchos pirotécnicos; también es incompatible con unos fondos litorales gravemente erosionados por prácticas pesqueras ilegales o maniobras de anclaje irrespetuosas de determinadas embarcaciones de recreo. Una mirada conciliadora similar hay que realizar ante la situación de la Sierra Bernia, degradada por la actuación urbanizadora. Los expertos concluyen preguntándose si es posible la reversibilidad de éstas y otras actuaciones, que permitan rescatar un paisaje diferenciado de otros destinos turísticos.

Por otro lado, en la línea de la diversificación económica se sitúa la propuesta consistente en fomentar en Altea la autosuficiencia energética. La energía fotovoltaica es señalada como posible industria a implantar dado el potencial de desarrollo futuro que alberga. El elevado número de horas de sol anuales favorece su implantación en viviendas (en casco urbano y unifamiliares), así como en campos solares en sustitución del creciente número de hectáreas de labranza que anualmente se abandonan (especialmente campos de cítricos). Existe un mercado nacional e internacional sensibles a los valores ambientales que pudiera absorber una parte del parque de vivienda vacía, siempre que ésta se acogiera a los principios de sostenibilidad ambiental. En relación a las fuentes de financiación de este posible nicho productivo, cabría explorar la posibilidad de captar la atención de inversores extranjeros atraídos por la idea que Altea les ofrece de una vida placentera, y de una jubilación extraordinariamente adaptada a todas sus necesidades: es decir, una ciudad que facilita su residencia y desplazamientos, que le impulsa a relacionarse con otras generaciones y con el patrimonio cultural y natural que le rodea, que satisface su paladar y que dispone de

no es posible garantizar en Altea escenarios futuros de bienestar si se dismantelan las actuales fuentes de riqueza natural y cultural

fomentar en Altea la autosuficiencia energética

existe un mercado nacional e internacional sensibles a los valores ambientales que pudiera absorber una parte del parque de vivienda vacía

captar la atención de inversores extranjeros atraídos por la idea de una jubilación placentera





toda una serie de servicios hechos para él. En definitiva: salud, gastronomía, cultura, náutica y temperaturas cálidas, a cambio de inversión económica.

Principales responsables de dichos cambios.

La administración local debe liderar el proceso de cambio de Altea, en colaboración con otras administraciones, el tejido asociativo y empresarial, y junto con el respaldo económico de la inversión extranjera. Resulta destacable la consideración que hace el grupo de expertos consultados sobre el papel que la innovación y la creatividad han de desempeñar en el devenir de Altea como destino turístico. El grupo de expertos anticipa que la colaboración institucional, la voluntad política y la implicación ciudadana se erigen como los principales motores del cambio en Altea.

A ello contribuiría la creación de un foro permanente de expertos, al cual se incorporarían los agentes sociales en encuentros regulares, y cuyo principal cometido sería generar conocimiento al servicio del desarrollo de Altea, así como canalizar y coordinar los esfuerzos del tejido social y empresarial del municipio.

los expertos anticipan que la colaboración institucional, la voluntad política y la implicación ciudadana se erigen como los principales motores del cambio en Altea





Conclusiones de la consulta a expertos

- Altea debe apostar decididamente por la **diversificación económica** que suponen los diferentes micro-nichos identificados: arte y cultura, servicios geriátricos integrales, gastronomía, actividad náutica, agroecología, rehabilitación de entornos urbanos y periurbanos, impulso de hoteles de pequeñas dimensiones y energías renovables. La diversificación permite afrontar más adecuadamente las coyunturas económicas desfavorables y combatir la estacionalidad turística de Altea.
- La **coordinación institucional y la cohesión social** se hacen imprescindibles para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos. La sociedad alteana en su conjunto ha de superar las barreras que le impiden la asunción de proyectos para el cambio. Entre ellas, la falta de emprendurismo y el actual distanciamiento entre colectivos (por razones de origen y nacionalidad principalmente).
- Altea debe perseguir un producto y una **imagen de marca turística diferenciada**, que tenga como ejes vertebradores la calidad, la innovación y la creatividad. Existen unos micro-nichos que pueden generar valor añadido al producto turístico global: arte y cultura, servicios geriátricos integrales, gastronomía, actividad náutica y agroecología. Son recursos endógenos o ventajas comparativas que han de transformarse en ventajas competitivas.
- En Altea se abre un proceso de **búsqueda de sinergias** entre los diferentes agentes sociales del municipio (administraciones, tejido empresarial, organizaciones sociales), y entre éstos y los recursos ambientales y culturales que posee.
- Altea debe decidir qué quiere ser en el futuro, qué modelo de desarrollo turístico y social va a emprender. En un contexto de gran competencia entre destinos turísticos, es preciso afrontar un proceso de **planificación estratégica** que incluya la participación de la ciudadanía alteana, con el objeto de involucrarles y responsabilizarles del proceso de toma de decisiones, consiguiendo así el impulso sólido que requiere la transformación y mejora del producto turístico de Altea.
- La **formación y recualificación** se presenta como la estrategia más adecuada para combatir el desempleo. La formación continua y especializada debe orientarse tanto a los servicios turísticos básicos (idiomas, informática, restauración, atención al cliente) como hacia los nuevos micro-nichos identificados (arte y cultura, servicios geriátricos integrales, gastronomía, actividad náutica y agroecología).





4. PROPUESTAS POR EL EMPLEO Y EL TURISMO EN ALTEA

INTRODUCCIÓN

Principales carencias del actual modelo de crecimiento de altea

Las principales carencias detectadas a lo largo del diagnóstico han sido:

1. **La falta de un modelo de ciudad.** La ciudad de Altea ha crecido de manera atomizada, con desarrollos urbanísticos rápidos, con una elevada desconexión entre determinadas actuaciones urbanísticas (abuso de planes parciales), con problemas graves de movilidad como consecuencia del paso de la nacional 332 por el centro urbano como también por un exceso de construcción y masificación en la línea de costa y en la sierra. Además sus altas tasas de crecimiento edificatorio limitaban la capacidad del municipio de ofrecer los servicios e infraestructuras necesarios (saneamiento de aguas, suministros de energía y agua, servicios de limpieza, recogida y tratamiento de residuos, asfaltado de calles, etc). Se ha producido entonces un desequilibrio entre las estrategias de crecimiento con las estrategias de calidad ambiental, turística y social.

2. **La monofuncionalidad económica.** Es consecuencia del predominio de la actividad constructora e inmobiliaria. Ha definido la estructura del empleo e incluso la estructura educativa y de formación del municipio. Esta situación ha originado la formación de un grupo de desempleados con escasa cualificación y preparación, con dificultades para buscar nuevos empleos en otros sectores productivos locales.

falta de un modelo de ciudad

monofuncionalidad económica





3. **Una sociedad envejecida** como consecuencia de las características del propio modelo demográfico español al que se suma el peculiar fenómeno de llegada de MIRs (jubilados europeos).

4. **Una sociedad con escaso capital social** debido a la falta de integración de las diferentes oleadas de inmigración que ha llegado al municipio (tanto laboral como residencial). Además, la segregación urbana refleja y se reproduce en una sociedad fragmentada y poco cohesionada.

5. **Falta de maximización de las potencialidades de los recursos endógenos** (paisajísticos, agrícolas, costeros y marinos, sociales, arquitectónicos y culturales). El modelo turístico residencial se ha basado en la construcción y venta de suelo y viviendas y en el sector de restauración (que muestra señales de pérdida de calidad y diferenciación), un bajo desarrollo hotelero y una escasa oferta complementaria de ocio (deportivo, lúdico, etc.) y cierto desaprovechamiento de los recursos culturales del municipio. Además las iniciativas se caracterizan por su desconexión. En definitiva falta de modelo turístico integral que aproveche las sinergias de una oferta de servicios turísticos complementarios.

A pesar de estas carencias, resulta importante insistir en que Altea todavía posee turísticamente un producto diferenciado, y la población (tanto autóctona como inmigrante) reconoce y percibe la calidad de vida como una de las principales características del municipio. Las estrategias de dinamización de empleo, de turismo y de desarrollo urbano sostenible pasan por transformar estas carencias en ventajas competitivas.

sociedad envejecida

sociedad con escaso capital social

falta de maximización de las potencialidades de los recursos endógenos





PROPUESTAS: NUEVOS AXIOMAS Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

NUEVOS AXIOMAS PARA LA SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DE ALTEA	ÁMBITOS DE ACTUACIÓN	CUALIDADES PROCEDIMENTALES (EFICIENCIA ECONÓMICA)
<p>CALIDAD DE VIDA INTEGRAL</p> <p>VOCACIÓN TURÍSTICA Y RESIDENCIALISTA</p> <p>DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DE LA CALIDAD Y DE LOS RECURSOS ENDÓGENOS</p> <p>DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA</p> <p>INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD</p> <p>CAPITAL SOCIAL Y TERCER SECTOR</p> <p>ACTITUD PROACTIVA PARA EL CAMBIO</p>	<p>1. MODELO DE CIUDAD Y REGENERACIÓN URBANÍSTICA</p> <p>2. ENTIDAD PARA LA DINAMIZACIÓN SOCIO-ECONÓMICA</p> <p>3. CIUDAD DE LA SALUD Y LA TERCERA EDAD</p> <p>4. PROMOCIÓN DEL TERCER SECTOR</p>	<p>Coordinación institucional y corresponsabilidad</p> <p>Transformar ventajas comparativas en ventajas competitivas</p> <p>Visión estratégica</p> <p>Extracción de sinergias</p> <p>Hacer de las debilidades fortalezas</p>
<p>INSTRUMENTO VERTEBRADOR: CONCERTACIÓN Y LIDERAZGO POLÍTICO (EFICACIA POLÍTICA)</p>		





NUEVOS AXIOMAS PARA LA SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DE ALTEA

Calidad de vida integral

Estas últimas dos décadas de fuerte crecimiento urbanístico se han caracterizado en la Costa Blanca por un modelo de desarrollo territorial atomizado, que respondía a las necesidades del mercado. Los planes generales, como instrumentos de planeamiento urbanístico, fueron relegados por el uso inapropiado de los planes parciales.

El mercado dominaba el planeamiento urbanístico y los proyectos de ciudad a medio y largo plazo constituían meros casos anecdóticos. El resultado ha sido la configuración de unas ciudades francamente caóticas, desvertebradas. Se han producido espacios urbanos que no responden ni a las necesidades de los ciudadanos ni a las del tejido empresarial local, sino a las necesidades de las empresas constructoras y promotoras. Además se ha generado un déficit en infraestructuras y servicios, con tramas caóticas generadoras de graves problemas de movilidad. La monofuncionalidad inmobiliaria ha ocasionado espacios sin identidad y modelos urbanísticos afuncionales, una vez detonada la burbuja inmobiliaria. Si eran modelos urbanísticos diseñados para responder al sector inmobiliario y éste ha entrado en crisis, los modelos de ciudad diseñados bajo este paradigma se convierten en afuncionales.

Por tanto, es imprescindible en estos momentos diseñar un modelo de ciudad integral, robusto y resistente ante contextos económicos desfavorables. Un modelo que responda a las necesidades de la población y no al mercado cambiante e imprevisible de las tendencias globales que escapan al control del ámbito local.

Vocación turística y residencialista

Es innegable la vocación turística y residencialista del municipio de Altea, por tres razones fundamentalmente. Primero, por la tradición que alberga como destino turístico en la Costa Blanca, atractivo a los ojos de los artistas plásticos y de viajeros en busca de experiencias diferentes a las ofrecidas por otros destinos con productos estándar y masificados. Segundo, por la potencial variedad de recursos endógenos (culturales, urbanísticos y naturales) que contiene, algunos de ellos todavía por explorar, que

**es imprescindible
diseñar un modelo
de ciudad integral,
robusto y resistente
ante contextos
económicos
desfavorables**

**Es innegable la
vocación turística y
residencialista del
municipio de Altea**

Página 51 de 115

Cód. Validación: 7LTPYAS9E06Z9MMW433RMXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona





se unen al tradicional producto de sol y playa, y que pueden articularse bajo el criterio de la complementariedad. La tercera razón es también claro ejemplo de cómo una aparente debilidad puede transformarse en una oportunidad: el excesivo stock de vivienda vacía supone en la actualidad otro recurso inmovilizado, un gasto. Sin embargo, puede dinamizarse e insertarse en el circuito comercial de adquisición de viviendas (compra, alquiler o intercambio) orientado tanto a los segmentos turísticos residenciales (para cortas, medias y largas estancias), como a nuevos profesionales atraídos por los yacimientos de empleo novedosos con alto valor añadido y sostenidos por un entorno marcado por la calidad integral y la innovación. Nuevamente, solo una estrategia conjunta, una única visión compartida del producto Altea, permitirá encontrar canales más eficaces de comercialización de este stock inmobiliario.

Diferenciación a través de la calidad y de los recursos endógenos

La diferenciación es una exigencia en un contexto comarcal y global de gran competencia entre destinos turísticos. La apuesta firme por la calidad en los servicios turísticos es hacer extensible un modelo de desarrollo que tiene en Altea una trayectoria pasada, que ha proporcionado una identidad, únicamente socavada durante las últimas décadas de monofuncionalidad del sector construcción. La calidad en su más amplio sentido también incluye el bienestar integral de todos los colectivos presentes y futuros de la sociedad alteana, y en especial, el bienestar de los colectivos más vulnerables. La diferenciación turística se conseguirá también por medio de la revalorización e interpretación del patrimonio cultural, artístico, urbanístico y natural del municipio, recursos o ventajas comparativas que pueden ser transformadas en ventajas competitivas.

Diversificación económica

Este principio paradigmático aboga por la diversificación económica como estrategia eficaz ante las coyunturas económicas desfavorables –y que son cíclicas– y ante la actual situación de estacionalidad turística del municipio. Los micro-nichos o sistemas productivos locales identificados tienen la capacidad de aportar doble valor añadido a Altea: como destino turístico, y como modelo robusto de ciudad que ha de adaptarse a las exigencias globales de un desarrollo económico estable y sostenible social y ambientalmente.

la calidad en su más amplio sentido también incluye el bienestar integral de todos los colectivos presentes y futuros de la sociedad alteana

diversificación económica como estrategia eficaz ante las coyunturas económicas desfavorables y ante la actual situación de estacionalidad turística

Cód. Validación: 7LTPYAS9E06Z9MMW433RMXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 52 de 115





Innovación y creatividad

La inclusión de los sentidos de la innovación y la creatividad se presenta como una estrategia esencial para la resiliencia ante periodos de dislocamiento económico y/o social. La creación de elementos innovadores posibilitarán que Altea supere el trauma que ha supuesto la aniquilación de un modelo económico y social monofuncional, a todas luces perjudicial.

En términos generales, la generación de ideas al servicio del tejido económico y social del municipio tornará en oportunidades reales de negocio en torno a los micro-nichos identificados. En concreto, la gestión de la innovación implica interdependencias entre las administraciones públicas, las empresas, los centros de investigación (públicos y privados) y el Tercer Sector (aquellas actividades que no son ni del Mercado ni del Estado, por tanto, entidades sin ánimo de lucro y no gubernamentales).

La implementación de los nuevos sistemas productivos locales deberá nutrirte de altas dosis de ideas, además de una mirada atenta a las experiencias desarrolladas en el panorama internacional. Existen varios factores que condicionan el éxito de cualquier proceso innovador, entre los que cabe destacar cuatro: la rápida identificación de los mercados potenciales, la toma de decisiones sin dilatarse en el tiempo, la asunción de riesgos y la coordinación entre las fases de innovación, producción y comercialización del producto o servicio. Concretamente, Altea debe potenciar el sentido innovador y para ello se propone la creación de la Entidad para la Dinamización Socioeconómica (desarrollada en el apartado de propuestas), la cual se encargaría de gestionar los procesos de creación de ideas y de innovación turística y empresarial.

Capital social y tercer sector

La consideración del potencial del capital social es un axioma con una posición de centralidad en el esquema de cambio del modelo de ciudad –y por extensión- del modelo turístico de Altea. La coalición y colaboración entre los distintos colectivos y entidades (empresas, asociaciones, organismos públicos, etc.) genera un conjunto de sinergias que se traducen en altos niveles de bienestar colectivo.

la gestión de la innovación implica interdependencias entre las administraciones públicas, las empresas, los centros de investigación y el Tercer Sector

el capital social es central en el esquema de cambio del modelo de ciudad





La singularidad reside en que estos niveles de bienestar general no podrían alcanzarse desde la actuación aislada y parcial de alguna/s entidad/es o colectivo/s. Las oportunidades de prosperidad emergen con el trabajo conjunto en unas redes sociales que comparten unos objetivos comunes y unas normas básicas de proceder, en un entorno de confianza mutua.

El tercer sector y las empresas de economía social se presentan como las entidades adecuadas para movilizar al tejido asociativo del municipio, para hacerles partícipes en el proceso de renovación de la ciudad y del producto turístico. Permitirán extender el sentido de la responsabilidad al conjunto de los ciudadanos alteanos, y que éste no recaiga exclusivamente en la administración local o en los empresarios. Las cooperativas, las sociedades laborales, los centros especiales de empleo o las cofradías de pescadores son ejemplos de entidades con estructura interna democrática y que persiguen el interés general económico y social de las sociedades en las que operan. El voluntariado también podrá ser complemento de la labor de la administración local: el altruismo, la solidaridad, y el aprecio general por la comunidad y el medio natural son fuerzas movilizadoras inconmensurables.

Actitud proactiva para el cambio

Altea necesita de un cambio de actitud general ante los desafíos locales y los nuevos retos globales. La colaboración institucional, la voluntad política y la implicación ciudadana se erigen como los principales motores del cambio en Altea. Una sociedad alteana atomizada y fragmentada no posibilita el impulso de un nuevo tejido emprendedor. La planificación estratégica conjunta para la generación de sinergias entre colectivos y entidades, para el desarrollo de un sistema de diversificación económica, o para la consecución del objetivo de diferenciación de destino, pasa inevitablemente por un modelo de ciudad armonioso y por el trabajo colaborativo de una sociedad vertebrada, concienciada y preparada para el cambio.

Por otro lado, Altea se enfrenta a cambios macrosociales muy importantes de carácter ambiental, económico y sociocultural. Fortalecer los mecanismos de resiliencia debe ser un objetivo a corto plazo prioritario para las estrategias municipales. Esas estrategias se inician por una actitud proactiva, que busque ventajas en los cambios que se van a producir.

**El Tercer Sector
como fuerzas
movilizadoras
inconmensurables**

**Altea necesita de
un cambio de
actitud general
ante los desafíos
locales y los
nuevos retos
globales**

**trabajo
colaborativo de
una sociedad
vertebrada,
concienciada y
preparada para
cambio**





Así los cambios en la demanda turística global con el aumento de la demanda de visitantes de países del Este y Norte de Europa debe constituir una prioridad para el municipio. Asimismo, el cambio energético hacia una sociedad postcarbono debe estimular la introducción en el planeamiento urbanístico de medidas y acciones que promuevan la adaptación de las viviendas a este nuevo panorama energético. Estos cambios deben ser entendidos como nuevos nichos económicos y yacimientos de empleo. Además su incorporación dotaría a Altea de un mejor posicionamiento en el mercado turístico, aumentarían su diferenciación e impulsaría un concepto integral de calidad de vida.

EFICIENCIA ECONÓMICA Y EFICACIA POLÍTICA

En una coyuntura económica con dificultades de financiación se hace necesaria la búsqueda de la eficiencia económica a través de las coaliciones sociales, políticas y empresariales. Hacer de las debilidades fortalezas, buscar sinergias y transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas permite reducir los costes económicos que suponen la adopción de un nuevo paradigma económico (diversificación), social (valores comunitarios) y ambiental (conservación del medio ambiente). Sumar esfuerzos en un partenariado es amplificar los beneficios netos colectivos.

Este nuevo proceso de cambio de paradigma requiere indudablemente del liderazgo político. El liderazgo político en el planteamiento del problema, en el estudio de los criterios de decisión, en la consideración de las posibles soluciones, y en la aplicación de las medidas necesarias. La concertación requiere la incorporación de los diferentes agentes económicos y sociales en el proceso transformador y de toma de decisiones, y legitima el conjunto de soluciones adoptadas. Finalmente, el liderazgo político a través de la concertación se traduce en eficacia política.

Por otro lado, el modelo tradicional de desarrollo basado en el liderazgo económico del sector público ha entrado en crisis. Por un lado, las limitaciones económicas de los municipios reducen su capacidad de sustentar continuamente las iniciativas de desarrollo local. Por otro lado, este "paternalismo económico" ha sido criticado debido a que coarta y restringe las iniciativas que puedan salir de los movimientos ciudadanos.

sumar esfuerzos en un partenariado es amplificar los beneficios netos colectivos

el liderazgo político a través de la concertación se traduce en eficacia política





PROPUESTAS

1. MODELO DE CIUDAD Y REGENERACIÓN URBANÍSTICA

Altea debe **definir inequívocamente un modelo de ciudad robusto y de calidad**. Un modelo robusto de ciudad significa apostar por un modelo de ciudad no determinado por el mercado inmobiliario, esto es, por el sector de la oferta de producto inmobiliario, sino por una forma y estructura urbana. Un modelo robusto posee la capacidad y virtud de influir en la demanda. Un modelo robusto de ciudad condiciona los tipos de segmentos turísticos que escogerán el municipio de Altea como destino turístico, y también puede fijar el tipo de tejido empresarial que podría ubicarse para desarrollar su actividad. Si se prima la calidad sobre la cantidad en la definición del modelo de ciudad mediante la capacidad morfológica que otorga la normativa urbanística implícita en los planes de ordenación, se estaría promocionando un determinado tipo de turismo y seleccionando o favoreciendo la localización de determinadas actividades económicas. Se reduciría la influencia abusiva y siempre voluble del mercado y se reforzaría una imagen diferenciada como atractivo turístico y empresarial.

Un modelo de ciudad robusto significa un modelo sin contradicciones. Un modelo de ciudad basado en la calidad debe evitar las incompatibilidades generadas por el crecimiento desordenado.

La calidad de vida integral hace alusión a las diferentes dimensiones que contiene el concepto de bienestar vital de las personas. La promoción de Altea como lugar que ofrece una calidad de vida integral se refiere a una alternativa al actual modelo de sociedad fragmentada. Propone el bienestar de todos los colectivos presentes y futuros de la sociedad alteana y, en especial, en el bienestar de los colectivos más vulnerables. Es decir, el bienestar debe alcanzar a los diferentes segmentos turísticos (jubilados europeos, turistas hoteleros, turismo residencial, turismo de cercanía), y a la población alteana, con especial atención a los colectivos vulnerables, en riesgo de exclusión social y/o alejados del mercado laboral (personas mayores, desempleados de larga duración, discapacitados, mujeres, inmigrantes, mayores de 45 años, etc.).

Un modelo robusto de ciudad condiciona los tipos de segmentos turísticos que escogerán el municipio de Altea como destino turístico, y también puede fijar el tipo de tejido empresarial que podría ubicarse para desarrollar su actividad





Altea debe ser un lugar próspero basado en la diferenciación económica con empresas y productos de calidad. La calidad de vida integral es incompatible con un modelo de ciudad basado en el crecimiento ilimitado, de un único sector económico y desarticulado. La consecución de un modelo basado en la calidad de vida pasa también por considerar las garantías de bienestar proyectadas para las generaciones venideras. La definición de un modelo de ciudad bajo el criterio de la calidad, fundamentado en un reparto ecuánime de servicios, infraestructuras y equipamientos, ofrecerá la cobertura idónea para un desarrollo económico y social duradero y que dé alcance a los colectivos desfavorecidos mencionados. El objetivo final debe ser atraer a nuevos residentes y empresas que buscan emplazamientos marcados por esa estrategia integral de calidad.

Por estas razones la calidad de vida no debe ser un mero concepto estético o paisajístico. Además de un slogan de la imagen de marca Altea, dentro de una estrategia de posicionamiento en el mercado turístico, debe dotarse de contenido y realidad, a través de un desarrollo urbano equilibrado, las políticas de integración y mediación, la cultura y la formación, y a través de un sistema garantista de salud preventiva. Por el contrario, las situaciones de desigualdad y exclusión generan conflictos sociales que derivan en situaciones de inseguridad y desconfianza. Y justamente el mercado turístico y residencial es especialmente sensible a esos factores de inestabilidad y conflicto social.

Esta perspectiva funcional de la calidad de vida en Altea es dinámica, en continuo proceso de renovación y no pretende anclarse a configuraciones basadas en una Altea bohemia pasada, estática y pasiva. La Altea del futuro, de la innovación y la creatividad, ha de levantarse sobre el concepto de la calidad. Este concepto obedece a las definiciones que sobre la idea del bienestar tiene la población alteana en su conjunto, y no solo las establecidas por un sector concreto de actividad económica.

Así vista, la diversificación económica le permitirá afrontar con mayores garantías de éxito los nuevos retos sociales, ambientales y económicos, en contextos que en la actualidad son comarcales y globales.

Esta perspectiva funcional de la calidad de vida en Altea es dinámica, en continuo proceso de renovación, y no pretende anclarse a configuraciones basadas en una Altea bohemia pasada, estática y pasiva





Un modelo de ciudad robusto implica diseñar un modelo urbano que tenga en cuenta los nuevos retos ambientales, y que sea resiliente a los cambios climáticos señalados por el IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), de la OMM y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El urbanismo sostenible de las *slow cities* repercute positivamente en la calidad de vida de turistas y residentes, y genera una imagen de marca de ciudad que es atractiva tanto para los turistas, como para las inversiones en sistemas productivos ligados a las energías renovables o a la revalorización de entornos naturales.

Un modelo de ciudad ha de definir un sistema de movilidad. Las deficiencias que al respecto tiene Altea se presentan como un impedimento al desarrollo económico y a la competitividad turística. Se proponen tres líneas de actuación en relación a las infraestructuras de comunicación y transporte: 1) disminución del tráfico motorizado por la carretera N-332, por medio de la liberalización del tramo de autopista que discurre en las inmediaciones del municipio; 2) mejorar la conexión directa con los mercados emisores del turismo nacional e internacional (conexión directa con Aeropuerto de El Altet). Y 3) apostar por la movilidad urbana eficiente, por medio del fomento de los desplazamientos a pie y en bicicleta (diseño de carriles bicis por la línea de costa y la huerta) y la mejora del transporte colectivo. Estas acciones repercutirían en la disminución del tráfico por la N-332 y la transformación de ésta a su paso por el casco urbano en un bulvar.

La actuación de **rehabilitación de viviendas y equipamientos urbanos** no solo consiste en intervenir puntualmente tanto en las edificaciones y equipamientos situados en el núcleo urbano como en los situados en las urbanizaciones periféricas. Por tanto, no nos estamos refiriendo a meras actuaciones estéticas o de cirugía arquitectónica, sino que además se debe de dotar de una nueva funcionalidad y simbología a los espacios intervenidos. A continuación se expone esta idea con más detalle.

Si bien, aunque se trata de actuaciones diferentes, todas persiguen generar, de un lado, una imagen de conjunto armoniosa, una estética cuidada que es esencia de su identidad mediterránea, y de otro, un modelo de ciudad funcional e inclusivo, que atienda a las diferentes formas de desplazamiento (no solo motorizado), residencia, producción y recreación, demandadas por los diferentes segmentos de turistas y de colectivos sociales (tercera edad, discapacitados, personas en riesgo de exclusión social, etc.).

Un modelo de ciudad funcional e inclusivo, que atienda a las diferentes formas de desplazamiento, residencia, producción y recreación, demandadas por los diferentes segmentos de turistas y población





El casco urbano requiere de una normativa que vele por la identidad alteana. La declaración del Casco Antiguo como Bien de Interés Cultural otorga una oportunidad única para la conservación, protección y mejora de una de las señas de identidad alteana así como uno de sus recursos más importantes. En la singularidad de la escena urbana se incluye la actividad de los comercios y locales de restauración, los cuales deben adaptarse al tipismo arquitectónico alteano, el cual proyecta una imagen de marca específica y bien posicionada tanto turísticamente como en el imaginario colectivo. En este sentido, resulta importante atender a la imagen degradada que actualmente ofrece determinados tramos del frente litoral de la ciudad de Altea.

En relación a las urbanizaciones de la periferia, las actuaciones de rehabilitación deben orientarse a conseguir un producto de gran calidad, viviendas unifamiliares o adosados destinadas a un mercado inmobiliario de alto poder adquisitivo. Aparecen determinados espacios en los que se percibe un cierto estado de abandono y, el cual afecta a la estética del producto. Existen otros problemas de tipo funcional: zonas que se encuentran inconexas, con carencia de infraestructuras de saneamiento, energía, y de servicios regulares de limpieza y/o recogida de basuras.

Las **ecoconstrucciones y las viviendas con espacios comunes** son dos tipos de edificaciones que responden a dos axiomas a tener en cuenta, tanto en el nuevo paradigma de desarrollo turístico y urbano, como en las necesidades concretas de la sociedad alteana: el respeto por el medioambiente y el interés por la cohesión comunitaria. También contribuyen a la diferenciación turística y a la diversificación económica, con capacidad de dinamizar el mercado inmobiliario con un producto innovador y atractivo a diferentes segmentos de turistas y residentes, tanto nacionales como internacionales.

Las construcciones ecológicas contemplan una serie de parámetros diferentes en su construcción: emplazamiento adecuado, integración en el entorno, materiales biodegradables y/o fácilmente transformables, optimización de recursos naturales, autonomía energética, consumo reducido de agua y tratamiento adecuado de residuos. Éstos parámetros pueden contemplarse tanto en las edificaciones del casco urbano (viviendas colectivas y adosados) como en las edificaciones de la periferia (villas, unifamiliares, adosados). Las construcciones ecológicas deben responder a la definición de un modelo de ciudad sostenible, caracterizado por una limitación al crecimiento en el planeamiento urbanístico y por la apuesta por la eficiencia energética.

**Eco-
construcciones y
viviendas con
espacios
comunes: respeto
por el
medioambiente e
interés por la
cohesión
comunitaria**





De otro lado, las viviendas colectivas con espacios comunes se basan en un rescatado concepto de habitabilidad. La propuesta consiste en recuperar los vínculos con la comunidad de residencia, huyendo de la atomización e individualismo de las sociedades fragmentadas y poco colaborativas. Este tipo de viviendas contribuyen a la sociabilidad y la convivialidad. Es decir, la dotación de más espacios comunes o lugares de encuentro en las viviendas colectivas (edificios), de un lado favorece el fortalecimiento de los lazos comunitarios; pero por otro lado, suponen un menor coste económico tanto en su producción –y en su precio final- como en su uso (consumo menor de agua y energía). Estos espacios comunes pueden ser patios de juego infantil, lavanderías, salas de estudio, trabajo, lectura, o de conexión a internet; zonas de aparcamiento de bicicletas, o de ejercitación física. También pueden ser huertos, cocinas o talleres de herramientas.

Ambos productos pueden adaptarse fácilmente a una demanda inmobiliaria segmentada –y paralizada en la actualidad-, formada por jóvenes, jubilados europeos, parejas sin hijos, profesionales, *singles*, etc.

Asimismo estos espacios podrían diseñarse para una población de tercera edad, y gestionados bien de forma comunitaria o privada podría responder a una creciente demanda de estos servicios.

Así, especial interés cobra la propuesta de las viviendas con espacios comunes en relación al impulso propuesto de los servicios e infraestructuras para las personas jubiladas (europeas y nacionales). Las personas mayores tienen unas inquietudes que son diferentes a las que tenían en épocas pasadas y, de aquí en adelante, demandarán diferentes formas de convivir y relacionarse con otras generaciones, o tener libre acceso al consumo privado de productos y servicios, entre otras cosas. Atrás debe quedar, por ejemplo, el evidente aislamiento de las personas mayores en centros situados en la periferia de las ciudades, dando paso a nuevos modelos que fomenten su autonomía y el intercambio de vivencias con otros segmentos de población: jóvenes, estudiantes, familias, etc. Bajo la idea de la salud preventiva (más satisfactoria emocionalmente y eficiente económicamente) y de proporcionar un entorno de residencia adecuado a las nuevas necesidades de las personas mayores, se presenta la oportunidad de desarrollar este concepto de convivialidad. El refuerzo de las relaciones interpersonales que este

Especial interés cobra la propuesta de las viviendas con espacios comunes en relación al impulso propuesto de los servicios e infraestructuras para las personas jubiladas (europeas y nacionales)





producto ofrece, permite avanzar en la estrategia de integrar a un segmento poblacional cada vez más numeroso en España y, especialmente, en ciudades con vocación residencialista de jubilados europeos, como es Altea.

Ambos productos tienen un alto componente emocional, normalmente ausente en los productos edificatorios convencionales, y por este motivo tienen un alto valor añadido. Aluden a nuevos estilos de vida posmodernos, más saludables y sostenibles, y que alertan de la necesidad de reencontrarse con otras formas de relacionarse con el medio y la comunidad.

Por último, cabe señalar que al comienzo de este apartado se ha mencionado la búsqueda de una nueva funcionalidad como un principio en las estrategias de rehabilitación. En el apartado siguiente se hará mención de la propuesta de reutilizar el amplio stock de viviendas secundarias de las que dispone el municipio mediante su incorporación a un nuevo mercado de alquiler mucho más activo, dinámico e innovador, adaptado a las nuevas demandas de ocio residencial y apoyándose en las nuevas tecnologías.

Ambos productos tienen un alto componente emocional, normalmente ausente en los productos edificatorios convencionales, y por este motivo tienen un alto valor añadido





2. ENTIDAD PARA LA DINAMIZACIÓN SOCIOECONÓMICA

Se ha identificado la necesidad de disponer de una **entidad encargada de coordinar la dinamización socioeconómica del municipio**. Esta entidad puede ser la ya existente Agencia de Empleo y Desarrollo Local de Altea u otro organismo similar. En todo caso, parte de su estructura, funciones y objetivos difieren de la AEDL, tal y como ésta es concebida en la actualidad, y se nutriría de la movilización del capital social y empresarial del municipio.

El objetivo principal de la entidad sería la de articular eficazmente los diferentes recursos con los que cuenta el municipio: capital social, tejido empresarial, administraciones públicas y patrimonio cultural, arquitectónico-urbanístico y natural. Será un organismo de canalización de las iniciativas públicas y privadas del municipio, un espacio de encuentro capaz de generar las sinergias necesarias para un desarrollo económico eficiente, diversificado y sostenible en el tiempo. El lugar de la innovación y el estímulo empresarial. Como mero catalizador de las dinámicas sociales y económicas locales, requerirá de la concertación económica y de la implicación del denominado tercer sector, esto es, el tejido asociativo, el voluntariado y, en general, los ciudadanos estimulados para la participación en los asuntos públicos y en el desarrollo municipal: jóvenes, universitarios, personas mayores, desempleados, etc.

De esta manera, se conseguirá la implicación de la sociedad alteana en su conjunto, que en la actualidad se encuentra acuciada por el problema de la atomización y la segregación en diferentes colectivos y en diferentes actividades económicas inconexas. Su portal web constituiría el principal canal de difusión de contenidos hacia los ciudadanos, turistas, empresarios y emprendedores.

Su estructura la conformarían tres áreas interrelacionadas: a) el comité de discusión, b) el departamento de fomento del empleo y seguimiento al emprendedurismo y c) el área de gestión y difusión de los recursos endógenos del municipio.

Como mero catalizador de las dinámicas sociales y económicas locales, requerirá de la concertación económica y de la implicación del Tercer Sector





- a) El **comité de discusión** estaría formado por una comisión permanente de expertos, empresarios locales vinculados al desarrollo turístico, social y económico del municipio y por los representantes de colectivos sociales y del tercer sector. Este comité estaría encargado de la producción y evaluación de ideas. Un partenariado cuyo objetivo sería el intercambio de conocimientos, experiencias, ideas, demandas e iniciativas, con el ánimo de lograr la generación de propuestas innovadoras y vertebradoras entre las distintas actividades empresariales y sociales. Sería un lugar de encuentro para generar sinergias y unir iniciativas que maximicen los recursos endógenos de los que dispone el municipio.
- b) El **área de fomento del empleo y seguimiento al emprendedurismo** tendría como objetivo inserción sociolaboral y la generación de un sólido tejido económico local.

De un lado, la formación facilitará la inserción laboral de los desempleados mediante su cualificación y adaptación a los nuevos sectores productivos (micro-nichos), ofreciendo un programa completo de formación profesional, continua y especializada. Las acciones de formación propuestas se agrupan en 5 áreas de conocimiento, diagnosticadas como muy relevantes para el desarrollo futuro del municipio:

- Idiomas, atención al cliente y restauración.
- Informática, gestión de empresas y marketing on-line.
- Asistencia geriátrica y gerontológica, dinamización comunitaria y sociocultural, agroecología, patrimonio natural y energías renovables.
- Oficios ligados a la rehabilitación de viviendas y equipamientos urbanos.
- Actividades ligadas al turismo cultural y ambiental.

Existe determinada formación que es susceptible de encajar algunos de los programas mixtos de formación y empleo (Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo). Además, dichos programas incluyen formación en informática, sensibilización medioambiental y en prevención de riesgos laborales. Nuevamente, para el desarrollo de estos programas de formación se requiere de la cooperación y colaboración institucional porque, aunque algunas de las acciones formativas sean impulsadas y organizadas localmente, la mayor parte de competencias en materia de formación y empleo corresponden a la Generalitat Valenciana (SERVEF).

Este comité estaría encargado de la producción y evaluación de ideas. Un partenariado cuyo objetivo sería el intercambio de conocimientos, experiencias, ideas, demandas e iniciativas





Por otro lado, se hace necesario el fomento del emprendedurismo. El objetivo es alentar a potenciales emprendedores a desarrollar un negocio, preferiblemente en los sectores productivos locales identificados (micro-nichos), favoreciendo así la generación de un tejido económico diversificado y sostenible económica, social y ambientalmente, resistente a la estacionalidad turística de Altea y a las coyunturas económicas negativas.

Para ello se propone reforzar el servicio de asistencia y orientación a emprendedores, ofreciendo acompañamiento en la elaboración del plan de negocio, proporcionando información sobre micro-nichos de empleo, o programando seminarios de formación especializada. Desde una actitud proactiva, también se ha de acceder a personas potencialmente emprendedoras, esto es, personas que en la actualidad es posible que no hayan contemplado la posibilidad de desarrollar una idea de negocio por la falta de un estímulo externo y desencadenante. En este sentido, resultan efectivos los concursos de ideas en relación a los micro-nichos identificados, o las jornadas y eventos de temática variada (emprendedurismo, economía social, nuevos sistemas productivos, etc.).

No se trata, por tanto, de duplicar acciones y organismos sino de fortalecer e incentivar los ya existentes mediante la coordinación de las mismas y las sinergias que se obtendrían de su interconectividad.

Aparece entonces la figura del dinamizador socioeconómico y cultural. Esta función la puede desempeñar el agente de desarrollo local. Trabajando desde la Entidad de Dinamización Socioeconómica, entre sus objetivos principales se sitúan el fomento del emprendedurismo, la coordinación de agentes e iniciativas, y la gestión y difusión de los recursos endógenos del municipio (capital social, material y cultural).

- c) El **área de gestión y difusión de los recursos endógenos** del municipio tendría el cometido de identificar y difundir los elementos locales susceptibles de ser integrados en el sistema económico y social de Altea, así como el de promocionar el tejido empresarial alteano. Para ello emplearía cuatro líneas de actuación: 1) la promoción y divulgación de los recursos endógenos y de los sistemas productivos locales o micro-nichos, 2) la dinamización del mercado inmobiliario, 3) la articulación de productos turísticos, y 4) la gestión de la imagen, la innovación y la calidad turística.

El área de gestión y difusión de los recursos endógenos del municipio tendría el cometido de identificar y difundir los elementos locales susceptibles de ser integrados en el sistema económico y social de Altea





Los sistemas productivos locales o micro-nichos identificados en el diagnóstico del presente informe son:

- Rehabilitación de viviendas y equipamientos urbanos
- Servicios geriátricos integrales
- Actividad náutica
- Dinamización comunitaria y sociocultural
- Patrimonio cultural y natural
- Gastronomía
- Agroecología
- Energías renovables
- Sector hotelero (pequeño tamaño)

A partir de uno de los principales recursos del municipio, como es el **stock de viviendas residenciales**, cabría diseñar un proyecto de inclusión en el mercado inmobiliario de ese stock, a través del alquiler, la compra o el intercambio. Se trataría de un servicio que, de un lado, aglutinase toda la oferta de producto inmobiliario existente en Altea, y por otro, remitiera al usuario a los diferentes y variados servicios de ocio turístico del municipio: oferta cultural, náutica, ambiental, gastronómica, para la tercera edad, etc. De esta manera habría una vinculación directa entre los servicios turísticos y los potenciales segmentos de demanda. Un portal de internet sería uno de sus principales mecanismos, integrado en la propia web de la Entidad Dinamizadora.

Este servicio podría articularse bien desde la iniciativa privada o bien mediante la creación de una empresa mixta (público-privada) encargada de gestionar este stock de viviendas. Las fórmulas podrían ser variadas: compra, alquiler o intercambio. Se buscarían fórmulas flexibles que se adaptasen tanto a la demanda turística de vacaciones más cortas, a la de turismo de cercanía, o a la demanda más residencialista de larga temporada.

Esta área de gestión y difusión de los recursos endógenos sería la encargada de la articulación de los diferentes servicios y recursos con los que cuenta el municipio. Primero, actuando como unidad de identificación y catalogación de los recursos patrimoniales (tangibles e intangibles) inmovilizados o inconexos, susceptibles de ser ofertados como recursos turísticos: arquitectura, arte, paisajes, elementos naturales, costumbres y folclore, infraestructuras, etc. Todos ellos, elementos significativos del municipio que merecen su preservación y divulgación. En este elenco de recursos se incluyen los servicios y

Un servicio que, de un lado, aglutinase toda la oferta de producto inmobiliario existente en Altea, y por otro, remitiera al usuario a los diferentes y variados servicios de ocio turístico del municipio: oferta cultural, náutica, ambiental, gastronómica, para la tercera edad, etc.





productos ya ofertados por las empresas del municipio, suscitando así una mejor comercialización de los mismos. Este inventario pasaría a ser examinado pormenorizadamente por la Comisión de Expertos y por la representación de los agentes empresariales y sociales del municipio, con el objetivo de desarrollar ideas e integrar formalmente estos recursos en los circuitos de ocio turístico. Como resultado se obtendrían series de circuitos endógenos que agrupados adecuadamente ofrecerían un potencial como productos turísticos, dado que se caracterizarían por la complementariedad, la innovación y una gestación participada. Se fomentaría el diseño y producción de productos turísticos agrupados; a partir de la unión de diferentes iniciativas es posible ofertar productos integrados satisfactorios.

Estos productos integrados saldrían de la confluencia de iniciativas generadas en el Comité de Discusión. Se trataría de generar paquetes que ligasen los recursos endógenos de los que dispone el municipio. Por ejemplo, oferta gastronómica, con agroecología y hoteles; oferta náutica, alquiler de segundas residencias y visitas guiadas por el Casco Antiguo; oferta cultural y oferta gastronómica; rutas de corto y medio recorrido que enlacen los diferentes ecosistemas de Altea: costa-río-sierra; huerta-Casco Antiguo; etc.

En esta línea, cabe destacar la conveniente inclusión del tercer sector en este proceso (asociaciones, ONG's, voluntarios y empresas de economía social, como son las cooperativas). Como agentes dinamizadores de estos productos, podrán participar en su configuración, pero también en su programación e implementación (como guías de itinerarios interpretativos del patrimonio cultural o natural, como animadores urbanos, o en acciones de promoción o divulgación, etc.). De esta forma, con la participación activa del capital social y empresarial se produce la revalorización no solo del patrimonio cultural y natural, o del tejido empresarial, sino también se produce la revalorización de las relaciones comunitarias y el fortalecimiento de las redes sociales de Altea.

Esta área también tiene el cometido de gestionar la imagen de Altea como espacio para la dinamización empresarial y como destino turístico y residencial. Salud, tercera edad, cultura y calidad ambiental pueden ser los baluartes de la localidad. No obstante, las citadas consideraciones se deberán basar en una firme apuesta por la innovación y la calidad turística. Es fundamental el desarrollo de un

Como resultado se obtendrían series de circuitos endógenos que agrupados adecuadamente ofrecerían un potencial como productos turísticos, dado que se caracterizarían por la complementariedad, la innovación y una gestación participada





portal de Internet que concentre la oferta turística y productiva de Altea. Esta web debe estar bien gestionada para que se posicione adecuadamente. También debe tener secciones específicas en diferentes idiomas para servir de canal de atracción de nuevos turistas y residentes.

La calidad turística debe impregnar todas y cada una de las actividades ligadas directa o indirectamente al turismo y al residencialismo. Éste es el principal valor de distinción del destino Altea, en relación a otros destinos comarcales: la calidad del conjunto de los servicios ofrecidos por los sectores vinculados al turismo (comercios, restaurantes, hoteles, actividades náuticas, etc.). La Calidad, en sus diferentes acepciones y versiones, incluye también la certificación empresarial: desde esta unidad de trabajo de la Entidad Dinamizadora, debe promoverse la certificación de calidad empresarial, turística y ambiental, proporcionando información sobre los diferentes sellos de calidad disponibles en la actualidad.

Por otro lado, el sentido innovador ha de ser una realidad siempre presente en el sistema formado por empresas, administraciones y tejido asociativo. La innovación, como la calidad, reporta diferenciación y competitividad territorial. La innovación, como la calidad, es poliédrica, aplicable a múltiples niveles y desde perspectivas diferentes. Se aplica a productos, procesos o estructuras; se trabaja en un pequeño comercio, en una empresa, una administración pública o en un territorio turístico. En este último ámbito, parece conveniente que los diferentes agentes económicos, sociales y políticos adopten una actitud colaborativa y proactiva para alcanzar cotas altas de innovación. En este sentido, Altea debe considerar las ventajas que le brinda incluirse en los programas vinculados al desarrollo de clusters turísticos, como pueda ser el programa "Innovación + Territorio Provincia de Alicante", o los orientados a la promoción de las Agrupaciones Empresariales Innovadoras. También cabe mencionar la posibilidad de incluir a Altea en el contexto de los programas de innovación turística (SEGITTUR e INVAT.TUR).

La innovación, como la calidad, reporta diferenciación y competitividad territorial. También es poliédrica, aplicable a múltiples niveles y desde perspectivas diferentes. Se trabaja en un pequeño comercio, en una empresa, una administración pública o en un territorio turístico





3. CIUDAD DE LA SALUD Y DE LA TERCERA EDAD

La ciudad de Altea puede erigirse como un referente internacional de los servicios residenciales integrales para la tercera edad. Altea podría verse beneficiada por la imagen que ofrece España de poseer un sistema sanitario con una gran cobertura entre la población. Sin embargo, esta imagen se ha visto deteriorada en los últimos dos años como consecuencia de la crisis económica y por los errores cometidos en el desarrollo urbanístico local. Por tanto, ahora se presenta la oportunidad de virar en esta trayectoria, apostando por los programas de salud preventiva, que abogan por la educación en hábitos de vida saludables: nutrición apropiada, el ejercicio físico y mental y el equilibrio emocional. Existe un conjunto de condiciones que favorecen el desarrollo de esta iniciativa:

- El stock de viviendas susceptibles de ser adaptadas a sus necesidades físicas y emocionales.
- Destino atractivo para jubilados europeos que buscan paisajes marítimos con temperaturas cálidas y una oferta de ocio basada en la cultura mediterránea (arquitectura, arte, folclore, gastronomía). También valoran muy positivamente el carácter afable de los españoles en las relaciones interpersonales.
- Estructura poblacional envejecida en el ámbito europeo, nacional y local.
- Nuevos hábitos y demandas de mayores: tienen inquietudes diferentes a las de décadas anteriores y los nuevos segmentos que se adentran en edades de jubilación demandan, entre otras cosas, diferentes formas de convivir y relacionarse con otras generaciones, tener libre acceso al consumo privado de productos y servicios, moverse sin riesgos por el entorno urbano, o participar activamente en los asuntos públicos de su comunidad.
- Auge y prestigio internacional de la gastronomía española en general, y en particular, de determinados grupos de alimentos típicamente mediterráneos: frutas, verduras, hortalizas y pescados.
- Cercanía de Altea a una ciudad que es paradigma del ocio turístico: Benidorm. Aunque es probable que Altea sea un destino más idóneo y deseable para residir.
- Reconocimiento de un sistema nacional de salud pública con gran cobertura entre la población, que puede tornarse en un sistema orientado hacia la salud preventiva, más eficiente económicamente, y satisfactoria emocional y físicamente.

Nuevos hábitos de mayores: tienen inquietudes diferentes y demandan diferentes formas de relacionarse con otras generaciones, tener libre acceso al consumo privado, moverse sin riesgos por el entorno urbano, o participar activamente en los asuntos públicos de su comunidad





Para la implementación adecuada de este proyecto –el de erigirse como destino de las migraciones de jubilados europeos y en general como modelo de ciudad para la tercera edad- se han identificado cuatro líneas de trabajo prioritarias. Todas ellas han sido desarrolladas en numerosas ciudades españolas y europeas, como respuesta a la necesidad de adaptarse a los nuevos retos demográficos:

- a) **Adecuación del entorno urbano.** Por un lado, se hace necesario disponer de suelo y espacios para la oferta de servicios residenciales y de ocio: residencias, viviendas, zonas ajardinadas, centros de ocio y centros sociosanitarios. Por otro lado, se precisan actuaciones para la adecuación del entorno urbano a la movilidad de las personas mayores: carriles bici, accesos a zonas de baño en playas, peatonalización y eliminación de barreras arquitectónicas. También es imprescindible una normativa municipal sobre ruidos que preserve las áreas urbanas de este tipo de contaminación.
- b) **Adaptación de la oferta turística y de ocio.** En este ámbito, es preciso orientar determinados productos turísticos a este nuevo segmento de demanda: acomodación de infraestructuras (accesos a fincas, adaptación de viviendas, habitaciones de hoteles, piscinas, comercios y restaurantes, museos, etc.) y de los servicios (apropiados a sus inquietudes y capacidades). Hay un campo a desarrollar en el ámbito de la formación en servicios ligados a la geriatría y gerontología, así como en el de la información y concienciación del tejido empresarial sobre las oportunidades de negocio que se vislumbran en este sector.
- c) **Implementación de prácticas intergeneracionales.** Los programas intergeneracionales tienen por objetivos la incorporación natural de las personas mayores en las actividades de la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas, así como la consecución de elevados niveles de prosperidad general en las comunidades en las cuales se desarrollan. Para ello se recurre a prácticas experienciales entre diferentes generaciones, principalmente jóvenes y mayores, a los que se añaden la población escolar y la población activa. Está indudablemente ligado a la realización personal y al beneficio recíproco de los colectivos implicados, y destierra la idea de la estratificación de la sociedad en función del criterio de la edad. También son especialmente reseñables los beneficios emocionales que proporcionan estos programas de acercamiento intergeneracional, ahondando en la estrategia marco de la salud preventiva.

Hay un campo a desarrollar en el ámbito de la formación en servicios ligados a la geriatría y gerontología, así como en el de la información y concienciación del tejido empresarial sobre las oportunidades de negocio que se vislumbran en este sector





Entre las prácticas intergeneracionales apropiadas para Altea se encuentran las viviendas de espacios comunes, las actividades para el ocio compartido (formación, cultura, agricultura de cercanía) y los programas de cohabitación (viviendas o residencias).

Dichas iniciativas pueden formalizarse desde la iniciativa privada, desde empresas mixtas o desde el tercer sector y las empresas de economía social (como por ejemplo cooperativas de viviendas, servicios o producción). Existen numerosas experiencias exitosas en el ámbito nacional e internacional que pueden resultar inspiradoras de un modelo de gestión que se adapte adecuadamente a las peculiaridades de Altea, en relación a su vocación turística, su estructura sociodemográfica y sus recursos endógenos.

Existen numerosas experiencias exitosas en el ámbito nacional e internacional que pueden resultar inspiradoras de un modelo de gestión que se adapte adecuadamente a las peculiaridades de Altea





4. PROMOCIÓN DEL TERCER SECTOR.

La figura del tercer sector es fundamental y transversal a todo el proceso de cambio de paradigma económico, social y ambiental de Altea. En general, se persiguen cuatro objetivos: 1) movilizar el tejido social con potencial en el compromiso del desarrollo de la comunidad, 2) promover e incrementar ese capital social, 3) obtener beneficios colectivos de sus conocimientos, aptitudes, destrezas y capacidad de movilización, y 4) extender y amplificar el sentido de la corresponsabilidad ciudadana en el desarrollo del municipio.

La Custodia del Territorio es una concepción ligada directamente a la emprendeduría social y ha de tenerse muy presente en el desarrollo de Altea. Representa un modelo de gestión eficiente y eficaz de los recursos patrimoniales, ya sean estos culturales o naturales, públicos o privados. En ella intervienen diferentes agentes en colaboración: asociaciones, empresas y organismos públicos. La Custodia del Territorio es un conjunto de herramientas para la gestión de territorio que ayudan desde hace años a las organizaciones sociales y ambientales a conservar la diversidad biológica, el paisaje y el patrimonio cultural de lugares concretos, ya sean públicos (Ayuntamientos) o privados (particulares). De este modo se garantiza que los usos y actividades que se lleven a cabo en estos lugares sean respetuosos con el entorno. Para ello, lógicamente, se requiere la colaboración de los propietarios de estos terrenos.

La implicación de las asociaciones, ONG's, voluntariado, o empresas de economía social en el desarrollo de un modelo de ciudad robusto y de calidad toma diferentes formas, entre ellas:

- Aportando ideas y conocimientos como parte integrante de la Entidad para la Dinamización Socioeconómica.
- Desarrollando programas intergeneracionales.
- Desarrollando programas de dinamización comunitaria y sociocultural.
- Formando voluntarios para la acción social en el ámbito de la tercera edad.
- Integrando a las personas mayores (jubilados nacionales y europeos) en los programas de voluntariado: voluntariado ambiental, dinamización sociocultural, guías turísticos, etc.
- Participando en los programas y acciones de desarrollo turístico del municipio, como pueda ser la interpretación del patrimonio cultural y arquitectónico.

Los efectos directos de la promoción del Tercer Sector son evidentes: una mayor vertebración de la sociedad alteana, un aprovechamiento más eficiente de todos los recursos del municipio y el alcance de unos importantes niveles de bienestar colectivo





Los efectos directos de la promoción del tercer sector son evidentes: una mayor vertebración de la sociedad alteana, actualmente fragmentada en diferentes colectivos por criterios de edad (jóvenes y mayores), formación (universitarios y no universitarios) o nacionalidad (españoles, ingleses, alemanes, rumanos, rusos, franceses, etc.); y un aprovechamiento más eficiente de todos los recursos del municipio, ya sean éstos recursos materiales (patrimonio e infraestructuras), humanos (diferentes colectivos, tercer sector) o intangibles (ideas, conocimiento, historia alteana). También tendrá como consecuencia el alcance de unos importantes niveles de bienestar colectivo. Una calidad de vida integral a proyectar como principal referencia en los mercados internacionales de destinos turísticos y residenciales.

FUTURAS LÍNEAS DE EXPLORACIÓN

Este trabajo tenía como objetivo proporcionar una información sólida que ayudase durante el proceso de toma de decisiones ligado al planeamiento urbanístico y presentar una serie de líneas de actuación para el desarrollo endógeno en el campo del turismo, el residencialismo y el empleo.

A continuación se enumeran líneas de trabajo que se detectan como especialmente relevantes a corto y medio plazo.

- 1.- Estudio sobre los nuevos residencialistas rusos y nórdicos. Especialmente relevante es el mercado ruso. Se sitúa como el país emergente de mayor cercanía con la Costa Blanca y al ser un flujo relativamente incipiente debería ser foco de atención del municipio.
- 2.- Incluir la participación ciudadana en el proceso de planeamiento urbanístico. El urbanismo no es solo un hecho técnico sino principalmente político y social. Un proceso amplio de participación aseguraría una mayor legitimidad de las decisiones y serviría para democratizar los resultados y reducir la influencia de determinados sectores.
3. La mejora del posicionamiento del municipio en INTERNET. El perfil del visitante y nuevo residencialista de Altea se corresponde con un usuario habitual de las webs. No dedicar la debida atención a este ámbito de difusión y acceso a la información del municipio es un déficit que en la actualidad no es aceptable.
- 4.- Un plan de fortalecimiento del Tercer Sector (actividad sin ánimo de lucro y no gubernamental) de Altea, mediante una identificación de actores y de principales líneas de actuación.
- 5.- Estudio de la estructura sociodemográfica del municipio, con la explotación y análisis pormenorizado de las fuentes de datos estadísticos: Padrón Municipal, INE, IVE, SEPE, etc.
- 6.- Estudio del tejido comercial y empresarial de Altea: estructura, actividades, grado de





Conclusiones finales

Tras varias décadas de continuo crecimiento, el modelo turístico-residencial ha entrado en crisis. La excesiva especialización económica en este sector ha provocado una alta vulnerabilidad en aquellos municipios que, como Altea, optaron por este modelo de desarrollo.

Las causas de esta opción son ya bien conocidas: la fuerza de una demanda que parecía poseer una elasticidad sin límites, la abundancia de financiación barata, la debilidad de las arcas de las corporaciones locales, una legislación urbanística adaptada a los requisitos del sector inmobiliario, las enormes y rápidas ganancias que todos los agentes obtenían de la especulación inmobiliaria y la corrupción que propiciaba y estimulaba el crecimiento inmobiliario. Los ayuntamientos, ante su crónico déficit económico, encontraban en los ingresos por impuestos y licencias urbanísticas una fuente fundamental de financiación. Se veían, entonces, condicionados a favorecer el crecimiento urbanístico. Pero a medio plazo este crecimiento exigía una serie de gastos en dotaciones, infraestructuras y servicios que solo podían pagarse con más ingresos derivados de la continuada expansión urbanística. Se producía un círculo vicioso que se ha roto cuando la demanda se ha parado como consecuencia del estallido de la burbuja inmobiliaria.

Las consecuencias han sido, entre otras, un aumento altísimo del desempleo, especialmente grave en aquellos grupos que, atraídos por los empleos de la construcción, abandonaron tempranamente su formación, unas finanzas municipales enormemente fragilizadas, un alto consumo de suelo y de paisaje; en resumen se ha roto una configuración municipal diseñada para y por el sector inmobiliario y ahora que éste está en crisis, la reestructuración del modelo local

No obstante, Altea está comparativamente mejor posicionada que otros municipios de la Costa Blanca. Por un lado, su crecimiento urbanístico no fue tan intenso como el de otras localidades. Por otro lado, se dotó de una serie de infraestructuras y recursos de calidad. Por último, el entorno natural y construido del municipio sigue siendo uno de los más atractivos de todo el Mediterráneo turístico español.

Cód. Validación: 7LTPYA9AS9E06Z9MMW433RMXW
Verificación: <https://altea.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 73 de 115





aparece como una meta titánica.

No obstante en este escenario, Altea está comparativamente mejor posicionada que otros municipios de la Costa Blanca. Por un lado, su crecimiento urbanístico no fue tan intenso como el de otras localidades. Por otro lado, se dotó de una serie de infraestructuras y recursos de calidad. Por último, el entorno natural y construido del municipio sigue siendo uno de los más atractivos de todo el Mediterráneo turístico español.

A partir de este escenario contradictorio, en este informe se ha llevado a cabo un diagnóstico sobre empleo y turismo enfocado a proporcionar información que apoye el proceso de revisión urbanística que se está desarrollando. Este diagnóstico se ha realizado mediante una serie de entrevistas en profundidad y un cuestionario realizado a actores sociales relevantes procedentes de diferentes sectores socioeconómicos a fin de obtener una visión compleja y diversa.

Primero, se ha destacado que los cambios que se están produciendo en el mercado inmobiliario, y también en el ámbito ambiental, económico y social no son coyunturales sino de carácter estructural; en otras palabras, perennes.

Ambientalmente, nos encontramos ante un cambio global que a nivel local se refleja en un aumento de las temperaturas y una mayor frecuencia e intensidad de eventos tormentosos.

Económicamente, se convierten en crónicos a) las dificultades de financiación para el sector de la construcción, b) los recortes sociales y sus implicaciones macroeconómicas y c) la caída de la demanda nacional.

Socialmente, se agudiza la segregación y segmentación social como consecuencia de las respuestas que, a modo de resortes, el sistema ofrece ante la crisis.

Por tanto, la remodelación socioeconómica del municipio dirigida hacia una menor dependencia del sector de la construcción y del negocio inmobiliario no es una opción sino una determinación.

Segundo, se ha constatado que el municipio presenta un modelo de desarrollo contradictorio. Por un lado, hay una clara determinación por parte de todos los agentes sociales, económicos y políticos de apostar por la calidad. Y, por otro lado, ha habido unas políticas de crecimiento urbanístico excesivo y desordenado que contradicen ese discurso socialmente aceptado de apuesta por la calidad.

Cambios estructurales y perennes

Apuesta real por la calidad





Tercero, la monofuncionalidad económica ha generado una estructura empresarial y laboral monocorde. Aparecen grupos de trabajadores de la construcción, especialmente jóvenes y mayores de 50 años con escasos recursos formativos para reconvertirse hacia otros sectores laborales. La escasa diferenciación empresarial también condiciona las posibilidades laborales de aquellos ciudadanos mejor preparados.

Cuarto, Altea tiene una determinada vocación turística y residencial. El turismo presenta una oferta diferenciada del entorno y de calidad. Están apareciendo nuevos nichos de mercado turístico y residencialista como el nórdico y el ruso que necesitan ser investigados. La vocación residencialista no debe confundirse con una continua apuesta por la construcción sino por la producción de un espacio urbano de calidad integral capaz de atraer a nuevos residentes.

Quinto, desde la década de los sesenta la demografía municipal ha venido marcada por continuas oleadas de inmigración laboral y residencial. Junto a las más antiguas procedentes del Reino Unido, Alemania y del centro y sur de España, a partir de 2000 han llegado nuevas remesas procedentes de Rumanía, Latinoamérica y Rusia. Una parte importante de estos nuevos residentes son mayores de 55 años, lo que ensancha la cúspide de la pirámide demográfica local.

Sexto, durante la etapa anterior de crecimiento, Altea fue provista de un conjunto de infraestructuras, servicios y dotaciones tales como el Palau de la Música, la Facultad de Bellas Artes, casa de la cultura y centro social, además de puertos deportivos y marinas, hoteles, numerosos restaurantes y un importante stock de viviendas secundarias. Todos estos elementos junto con el entorno paisajístico que conforma la sierra, la costa, el casco antiguo, la huerta y el río, conforman un conjunto de recursos locales sobre los que es factible apoyarse para generar un modelo de desarrollo endógeno.

Este diagnóstico presenta por tanto un escenario de fuertes cambios y obliga a un redirección de las estrategias municipales a corto, medio y largo plazo que fomente la resiliencia del municipio ante estas transformaciones estructurales.

Déficit de formación

Vocación residencialista

Envejecimiento poblacional

Recursos endógenos potenciales





Esta reformulación del modelo de desarrollo debería basarse en:

- maximizar los recursos endógenos
- robustecer el modelo urbanístico frente a las demandas del mercado
- optar por la calidad frente a la cantidad
- transformar determinadas debilidades y ventajas comparativas en ventajas competitivas
- construir clusters productivos de escala local
- fortalecer el capital social
- reducir la segmentación social

En definitiva, el horizonte que se propone para Altea es que se convierta en un **distrito cultural avanzado**. Es decir, un municipio con un modelo de crecimiento endógeno basado en la innovación cultural, técnica y social en un marco urbanístico y natural de calidad que sirva de atracción a elementos humanos y económicos competitivos, en el marco de la sociedad post-industrial.

Con este objetivo y partiendo del diagnóstico realizado, se han desarrollado cuatro propuestas destinadas a generar ese distrito cultural avanzado que proponemos como modelo de municipio:

1. MODELO DE CIUDAD Y REGENERACIÓN URBANÍSTICA
2. ENTIDAD PARA LA DINAMIZACIÓN SOCIOECONÓMICA
3. CIUDAD DE LA SALUD Y DE LA TERCERA EDAD
4. PROMOCIÓN DEL TERCER SECTOR

1.- El desarrollo de Altea debe estar marcado por una planificación urbanística robusta. El planeamiento local no puede verse confinado o determinado por el mercado, a la espera de otro momento de tirón de la demanda –como consecuencias de la bajada del precio de la vivienda. La planificación urbanística deber ser lo suficientemente potente para mantener su objetivo de calidad integral. De esta manera, el municipio será capaz de atraer a aquellos sectores de la demanda turística, aquellas empresas innovadoras y aquellos nuevos residencialistas que aporten un beneficio sostenido para el conjunto de la población. Un proceso urbano dirigido por el concepto de calidad integral estimularía el empleo, protegería el medio ambiente y reelaboraría la identidad de la localidad adaptándola al nuevo marco de la sociedad post-industrial.

En definitiva, el horizonte que se propone para Altea es que se convierta en un **distrito cultural avanzado**. Es decir, un municipio con un modelo de crecimiento endógeno basado en la innovación cultural, técnica y social, en un marco urbanístico y natural de calidad que sirva de atracción a elementos humanos y económicos competitivos





2.- Altea necesita dinamizar su actividad social y económica a través de la producción de clústeres locales basados en la ligazón entre ideas innovadoras, recursos endógenos y actores locales. En torno al stock de viviendas secundarias podría construirse toda una serie de circuitos turísticos y productivos que maximizarían los recursos del municipio a la vez que se conservarían al dotarlos de nuevos usos bajo el axioma de la sustentabilidad. Estas propuestas que pueden generar nuevos nichos de empleo deben estar sustentadas con contingentes laborales con mejores niveles de formación. Desde la entidad propuesta para la dinamización socioeconómica del municipio deben coordinarse líneas de formación que respondan a las demandas que exigen los nuevos nichos innovadores de empleo.

3.- En esa idea de transformar debilidades en ventajas competitivas, la tradición residencialista de jubilados europeos representa una oportunidad económica para el municipio. Existen múltiples fórmulas de gestión de servicios para la tercera edad. El envejecimiento de la población europea supone un enorme nicho de empleo. Pero una ciudad para la tercera edad no puede diseñarse a partir de una visión puramente empresarial sino que conlleva todo un esfuerzo para promover mejoras en la habitabilidad y sociabilidad del espacio urbano público.

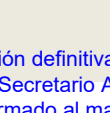
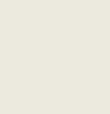
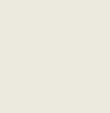
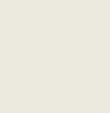
4.- Se apuesta por la potenciación del Tercer Sector. La época en que las arcas públicas eran las encargadas de mantener el sistema de bienestar ha finalizado. Pero el desarrollo del Tercer Sector no debe suponer una privatización de lo social, debe significar por el contrario una apuesta por los espacios públicos, por la participación en la gobernanza local y por una gestión transparente y justa de la *res pública*.

Creemos que es el tiempo de las cosas pequeñas. Tras años de rápido crecimiento y de grandes obras de infraestructuras es el momento de recuperar un tempo más lento de lo social, de primar la calidad sobre la cantidad y de fijarse en los detalles que aportan un bienestar cotidiano.

Convertir a Altea en un **distrito cultural avanzado** es una meta alcanzable si se combinan con sabiduría los recursos endógenos, los servicios, infraestructuras y dotaciones construidas durante la etapa anterior y se mantiene un modelo de ciudad basado en el concepto de calidad integral.

Es el momento de recuperar un tempo más lento de lo social, de primar la calidad sobre la cantidad y de fijarse en los detalles que aportan un bienestar cotidiano







ANEXOS

Anexo 1

Informe Estadístico:
Demografía y Empleo

Anexo 2

DAFO Completo





ANEXO 1. INFORME ESTADÍSTICO: DEMOGRAFÍA Y EMPLEO

ANÁLISIS DEMOGRÁFICO

La población de Altea muestra un crecimiento continuo desde el año 2000 gracias al aumento de población extranjera dado que la población española experimenta un estancamiento e incluso muestra datos negativos entre los años 2009 y 2011. Esta disminución de población española en Altea está asociada principalmente a una mengua de la población de varones desde el año 2008, circunstancia que no se da en el grupo de mujeres de nacionalidad española.

Entre los años 2000 y 2003 se produce una importante entrada de extranjeros al municipio de Altea, con un incremento medio anual del 28%. En 2004 ese aumento de la población extranjera cae hasta el 6,71%, deteniéndose el proceso de llegada de inmigrantes al municipio.

Entre los años 2005 y 2011 la tasa de crecimiento anual de población extranjera en Altea es muy irregular, si bien destaca el importante descenso que dicha tasa experimenta desde el año 2008, y que coincide con el inicio de la crisis. Es decir, la población extranjera residente en Altea tiende al estancamiento, como ya sucediera con la población española anteriormente.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN NACIONAL Y EXTRANJERA DE ALTEA PARA EL PERÍODO 2000-2011

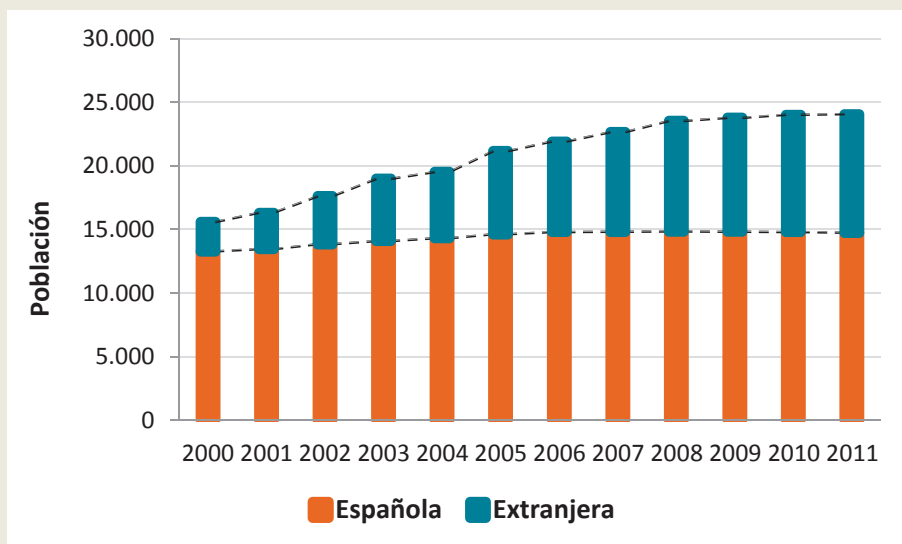


Gráfico 1. Fuente IVE





		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ESPAÑOLES	Hombres	6.535	6.635	6.837	6.957	7.074	7.209	7.296	7.317	7.327	7.283	7.240	7.211
	Mujeres	6.724	6.814	6.988	7.130	7.223	7.404	7.490	7.489	7.499	7.528	7.546	7.522
	TOTAL	13.259	13.449	13.825	14.087	14.297	14.613	14.786	14.806	14.826	14.811	14.786	14.733
	Diferencia anual		1,43%	2,80%	1,90%	1,49%	2,21%	1,18%	0,14%	0,14%	-0,10%	-0,17%	-0,36%
EXTRANJEROS	Hombres	1.126	1.408	1.899	2.451	2.642	3.354	3.646	4.017	4.496	4.601	4.699	4.723
	Mujeres	1.194	1.437	1.884	2.438	2.575	3.187	3.466	3.825	4.210	4.368	4.521	4.600
	TOTAL	2.320	2.845	3.783	4.889	5.217	6.541	7.112	7.842	8.706	8.969	9.220	9.323
	Diferencia anual		22,63%	32,97%	29,24%	6,71%	25,38%	8,73%	10,26%	11,02%	3,02%	2,80%	1,12%

Tabla 1. Fuente IVE

VARIACIÓN INTERANUAL DE EXTRANJEROS

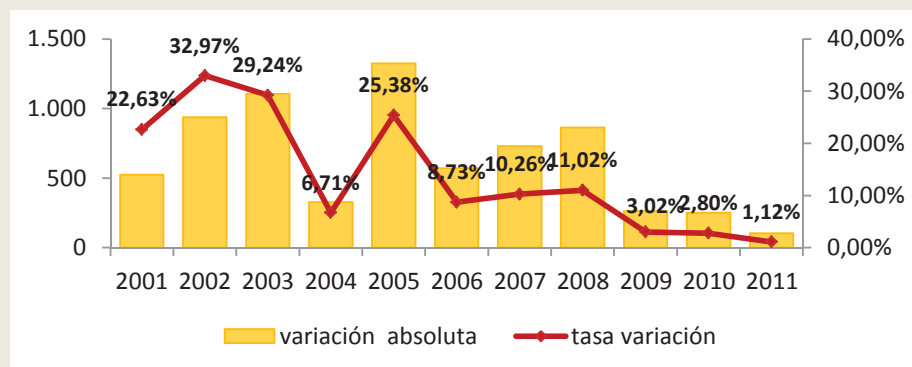


Gráfico 2. Elaboración propia

PIRÁMIDE POBLACIONAL PARA EL AÑO 2011

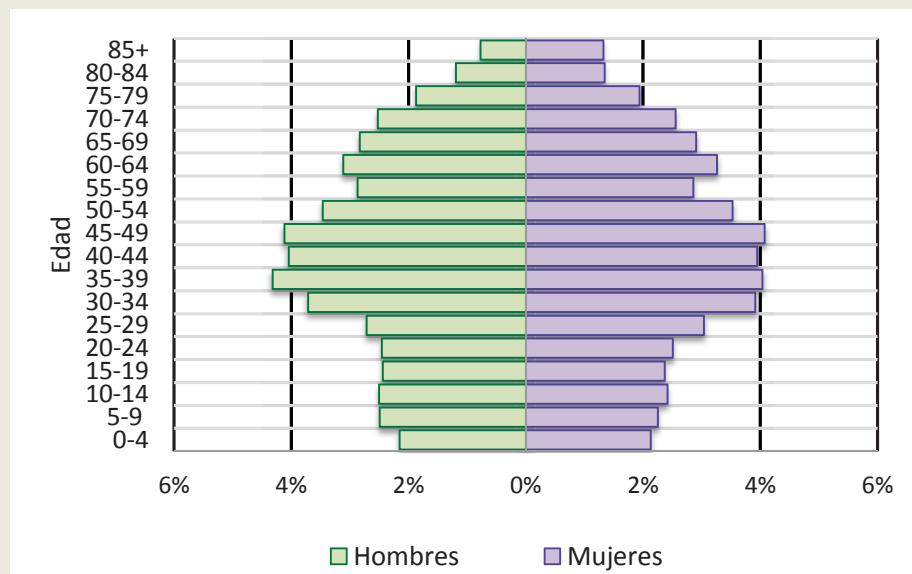


Figura 1. Población según edad y sexo. IVE (Actualización 2011 INE)





El mayor porcentaje de población se concentra en edades comprendidas entre los 30 y 54 años, representando el 39,16% del total de la población de Altea.

Para los distintos grupos de edad la diferencia entre sexos no es elevada, aunque cabe mencionar la mayor presencia de población femenina de entre 20 y 34 años, y de población masculina de entre 35 y 49 años. A partir de los 60 años comienza a apreciarse un mayor número de mujeres.

COMPARATIVA DEL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN NACIONAL Y EXTRANJERA POR GRUPOS DE EDAD

	2002 ³				2011 ⁴			
	ESPAÑOLES		EXTRANJEROS		ESPAÑOLES		EXTRANJEROS	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
<16 años	9,11%	8,49%	4,49%	4,73%	9,03%	8,37%	5,45%	5,52%
16 a 64 años	34,31%	33,92%	32,91%	33,70%	32,48%	32,93%	33,22%	33,26%
>=65 años	6,03%	8,13%	12,79%	11,37%	7,43%	9,75%	11,99%	10,55%

Tabla 2. Revisión del padrón municipal. INE
INDICADORES SOCIALES DE LA POBLACIÓN

	Índice envejecimiento % ⁵			Índice dependencia % ⁶			Diferencia porcentual entre 2005 y 2011	
	2005	2008	2011	2005	2008	2011	Índ. envejecimiento	Índ. dependencia
Altea	113,9	123,82	138,1	43,9	46,2	49,7	24,2	5,8
Alicante	79,6	84,5	93,3	44,7	45,9	49,3	13,7	4,6
Com. Valenciana	81,3	82,1	86,7	43,7	44,5	47,2	5,4	3,5

Tabla 3. Evolución de los índices sociodemográficos. Fuente IVE

Los datos de la tabla 3 muestran un elevado índice de envejecimiento de la población de Altea, en cualquiera de los años considerados y respecto a la situación de la provincia de Alicante y de la Comunidad Valenciana.

De otro lado, si se atiende a la evolución de ambos indicadores, la tendencia progresiva general hacia el envejecimiento de la población se agudiza en el caso de Altea, con respecto a la situación de la provincia de Alicante y de la Comunidad Valenciana: las diferencias porcentuales de ambos indicadores (índ. de envejecimiento e índ. de dependencia) entre los años 2005 y 2011 para el caso de Altea.

En cuanto al índice de dependencia también muestra un continuo crecimiento.

³ Los porcentajes están calculados sobre el total de población española para cada año.

⁴ los porcentajes están calculados sobre el total de población extranjera para cada año.

⁵ El índice de envejecimiento mide la relación entre la población mayor de 65 años y la población menor de 16 años.

⁶ El índice de dependencia indica el peso de la población no activa (menores de 15 y mayores de 65 años) respecto de la población potencialmente activa (entre 15 y 64 años).





De los 24.056 habitantes censados en Altea en el año 2011, un 38,76% de la población es de nacionalidad extranjera, siendo el 26,83% procedente de la Unión Europea.

	TOTAL	%	HOMBRES	%	MUJERES	%
Europa	7.673	82,30%	3.875	82,05%	3.798	82,57%
América	1.049	11,25%	484	10,25%	565	12,28%
África	426	4,57%	262	5,55%	164	3,57%
Asia/Oceanía	175	1,88%	102	2,16%	73	1,59%
TOTAL	9.323		4.723		4.600	

Tabla 4. Revisión Padrón 2011. INE

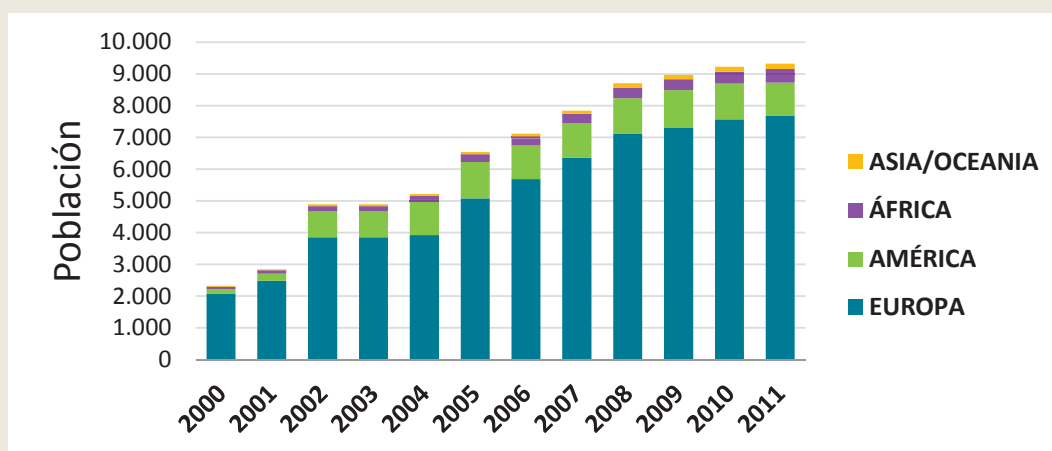


Gráfico 3. Movimiento de la población extranjera por continentes

EN 2011 LA POBLACIÓN EXTRANJERA ESTÁ REPRESENTADA PRINCIPALMENTE POR LOS SIGUIENTES PAÍSES DE PROCEDENCIA:

	Total Extranjeros	% del total	% hombres	% mujeres
TOTAL	9.323	100,0	50,7	49,3
Reino Unido	1.417	15,2	7,4	7,8
Países Bajos*	1.168	12,4	6,7	5,7
Rumanía	1.107	11,9	5,9	5,9
Alemania	835	9,0	4,7	4,3
Rusia	458	4,9	2,2	2,7
Ecuador	327	3,5	1,8	1,7
Francia	319	3,4	1,8	1,6
Marruecos	305	3,3	2,0	1,3
Bulgaria	293	3,1	1,6	1,5
Italia	228	2,4	1,4	1,0
Argentina	204	2,2	1,2	1,0
Colombia	112	1,2	0,5	0,7

Tabla 5. Revisión padrón 2011. INE. *El dato Países Bajos está recogido del Padrón Municipal al no estar contemplado en las estadísticas del INE.





RELACIÓN ENTRE LA ENTRADA DE POBLACIÓN EXTRANJERA AL MUNICIPIO FRENTE A LA SALIDA DE POBLACIÓN HACIA EL EXTRANJERO.

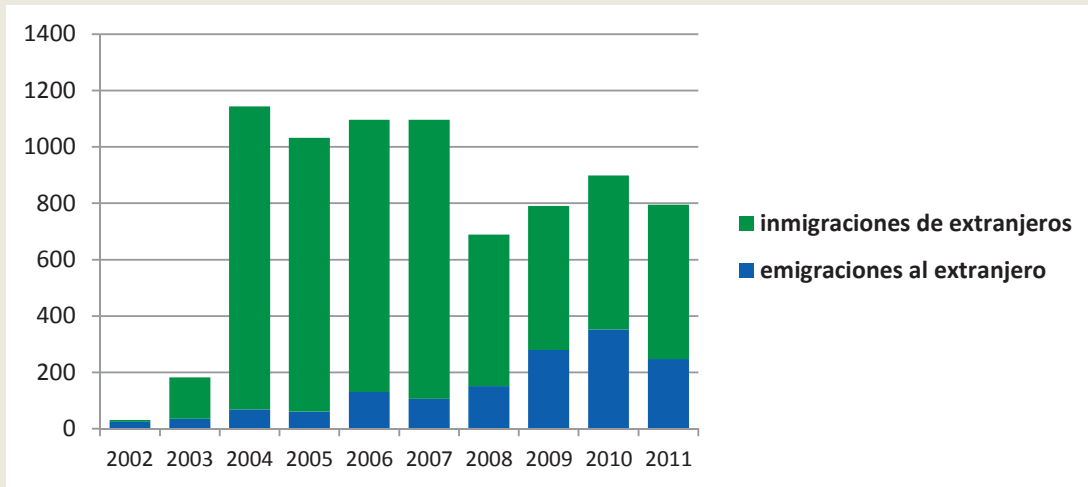


Gráfico 4. Fuente IVE

El ciclo de entrada de extranjeros al municipio procedentes del exterior se ve interrumpido en 2008 recuperándose en los años siguientes pero sin alcanzar los niveles anteriores. En ese mismo año se observa un aumento de población que sale hacia el extranjero.

Inmigraciones de extranjeros al municipio según **origen**

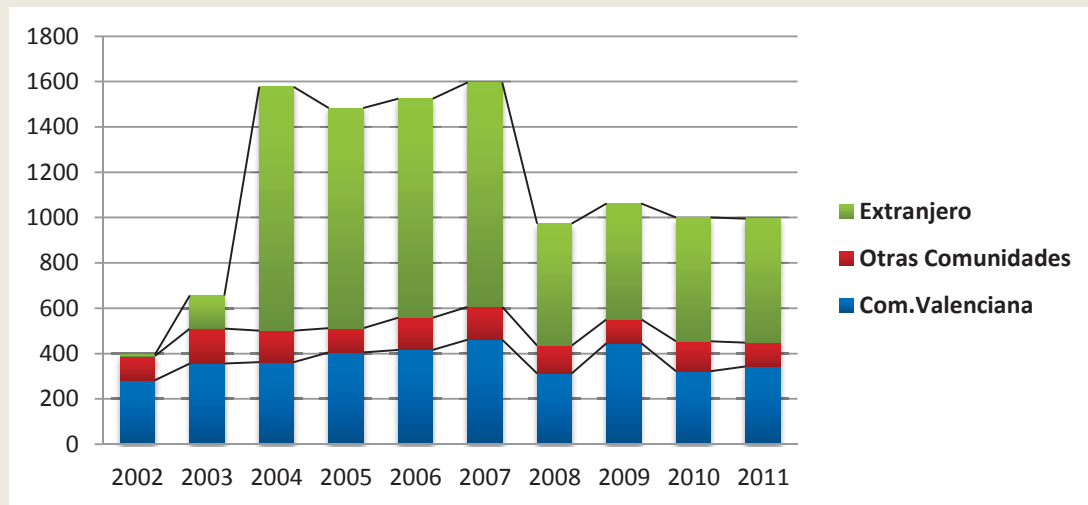


Gráfico 5. Fuente IVE

La población extranjera que entra al municipio de Altea procede principalmente del extranjero y de la Comunidad Valenciana.





EMIGRACIONES DEL MUNICIPIO SEGÚN DESTINO

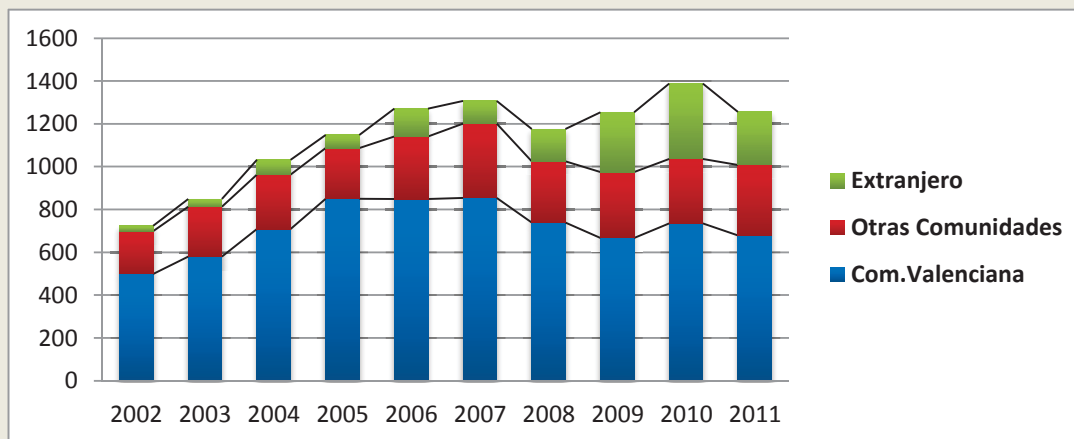


Gráfico 6. Fuente IVE

Las salidas de población desde el municipio se dirigen principalmente hacia la Comunidad Valenciana.

En 2008 se observa un mayor número de población que se dirige al extranjero.

MERCADO LABORAL

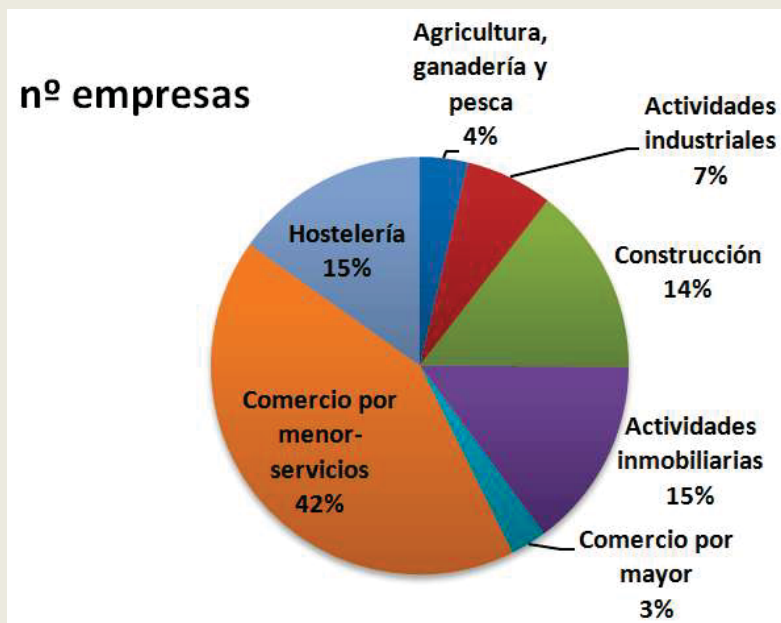
DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DATOS DICIEMBRE DE 2008)

Actividades económicas	nº empresas	%
Agricultura, ganadería y pesca	44	3,73%
Actividades industriales	80	6,79%
Construcción	172	14,59%
Actividades inmobiliarias	174	14,76%
Comercio por mayor	33	2,80%
Comercio por menor-servicios	497	42,15%
Hostelería	179	15,18%
TOTAL	1.179	

Cuadro 1. Fuente SEPE

El comercio por menor es el principal motor económico del municipio con un 42,15% de actividad económica, seguido de la hostelería con un 15,18% y de la construcción y actividades inmobiliarias que representan cerca del 15% cada una.





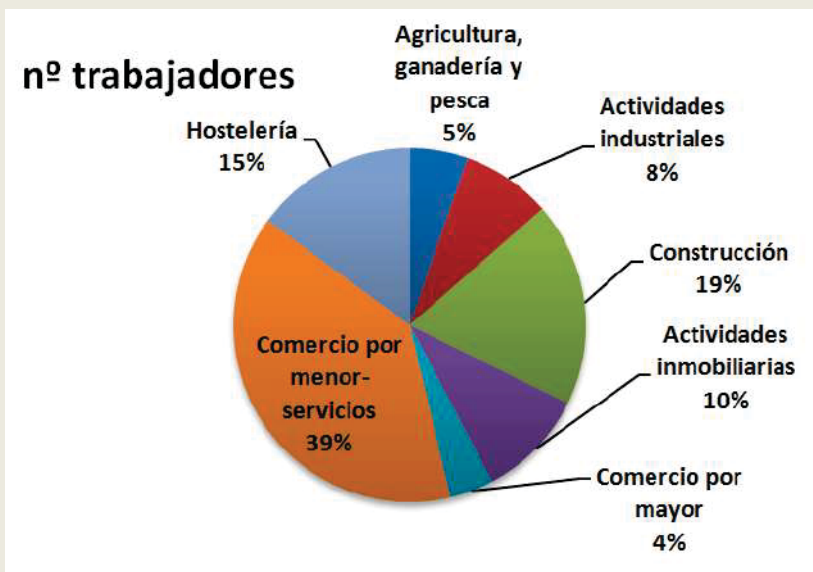
AFILIADOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD (DATOS DICIEMBRE DE 2008)

Actividades económicas	nº trabajadores	%
Agricultura, ganadería y pesca	357	5,32%
Actividades industriales	552	8,23%
Construcción	1.257	18,74%
Actividades inmobiliarias	670	9,99%
Comercio por mayor	269	4,01%
Comercio por menor-servicios	2.602	38,80%
Hostelería	999	14,90%
TOTAL	6.706	
Autónomos	2.025	
Por cuenta ajena	4.681	

Cuadro 2. Fuente SEPE

En las actividades por menor y servicios es donde se concentra el mayor número de afiliados con un 38,8%. Seguido de la construcción y de la hostelería con un 18,74% y un 14,9% respectivamente.





EVOLUCIÓN DEL PARO REGISTRADO PARA EL MUNICIPIO DE ALTEA

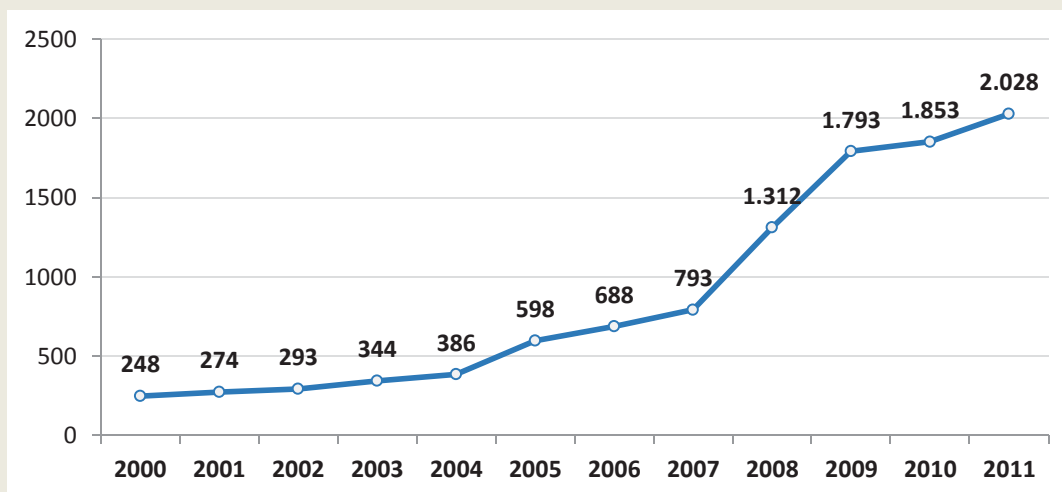


Gráfico 7. Fuente SEPE

Al calcular el crecimiento anual para el período 2005-2011, se observa que de media el número de parados ha crecido a un ritmo anual de 22,57%.

A diciembre de 2011 el número de parados con respecto al año anterior ha aumentado en 175 personas, lo que supone un incremento del 9,4%.





TASA DE PARO (MEDIAS ANUALES)

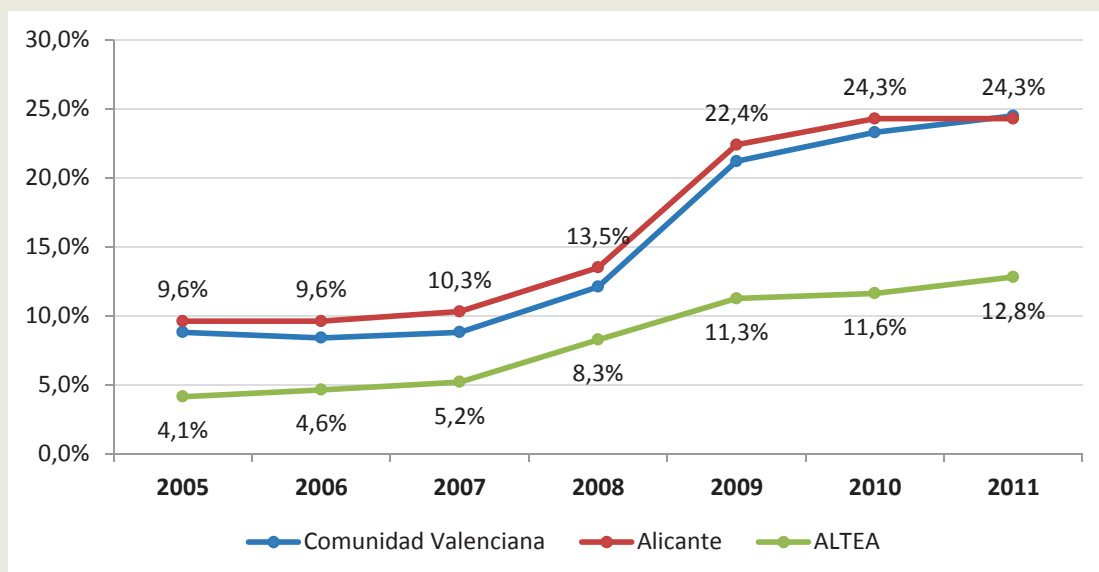


Gráfico 8. Fuente: INE y Diputación de Alicante

COMPARATIVA DE LA POBLACIÓN SEGÚN SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD LABORAL Y SEXO

POBLACIÓN 2005		POBLACIÓN 2008		POBLACIÓN 2011	
	%		%		%
Ambos sexos		Ambos sexos		Ambos sexos	
Pob. activa	14.481	Pob. activa	15.881	Pob. activa	15.835
Parados	598	Parados	1.312	Parados	2.028
	4,13%		8,26%		12,81%
Hombres		Hombres		Hombres	
Pob. activa	7.293	Pob. activa	8.048	Pob. activa	7.892
Parados	227	Parados	712	Parados	1.073
	1,57%		4,48%		6,78%
Mujeres		Mujeres		Mujeres	
Pob. activa	7.188	Pob. activa	7.833	Pob. activa	7.953
Parados	371	Parados	600	Parados	955
	2,56%		3,78%		6,03%

Cuadro 3. Elaboración a partir de la revisión del Padrón municipal (INE) y SEPE





POBLACIÓN SEGÚN SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD LABORAL Y SEXO PARA EL AÑO 2011

2011			ESPAÑOLES			EXTRANJEROS		
POBLACIÓN TOTAL	%			%			%	
Ambos sexos			Ambos sexos			Ambos sexos		
Pob. activa	15.835		Pob. activa	9.637		Pob. activa	6.198	
Parados	2.028	12,81%	Parados	1.382	8,73%	Parados	646	4,08%
Hombres			Hombres			Hombres		
Pob. activa	7.892		Pob. activa	4.785		Pob. activa	3.097	
Parados	1.073	6,78%	Parados	725	4,58%	Parados	348	2,20%
Mujeres			Mujeres			Mujeres		
Pob. activa	7.953		Pob. activa	4.852		Pob. activa	3.101	
Parados	955	6,03%	Parados	657	4,15%	Parados	298	1,88%

Cuadro 4. Elaboración a partir de la revisión del Padrón municipal (INE) y SEPE

DEMANDANTES PARADOS POR SEXO

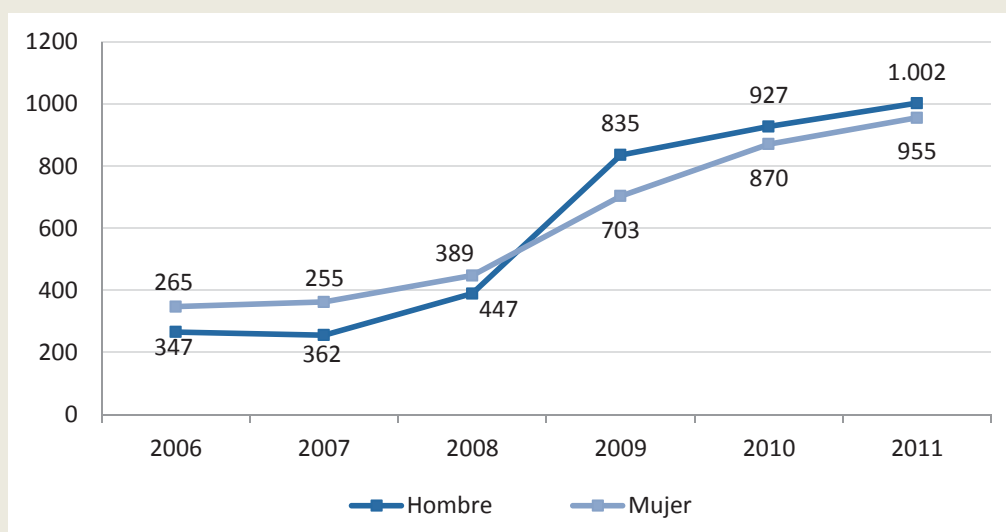


Gráfico 9. Fuente IVE

Hasta 2008 el número de mujeres paradas era mayor al de los hombres. Es a partir de ese año cuando se produce un cambio de tendencia.

Al calcular el crecimiento anual para el período 2006-2011, se observa que de media el número de población masculina parada ha crecido a un ritmo anual de 30,47% mientras que para las mujeres ha sido de 22,44%.





EVOLUCIÓN DE LOS DEMANDANTES PARADOS POR GRUPOS DE EDAD

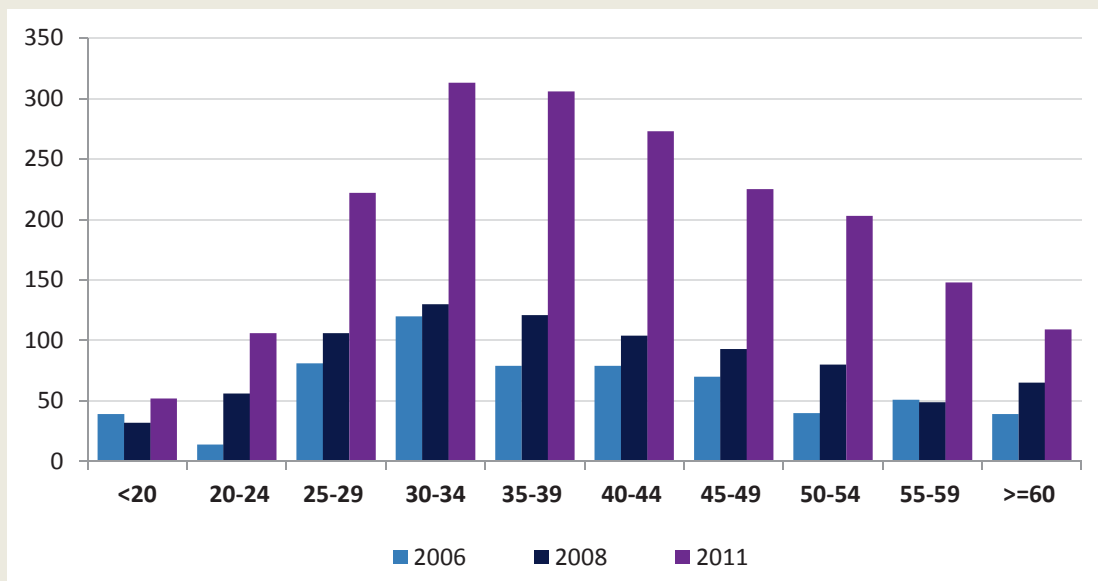


Gráfico 10. Fuente IVE

Se observa un importante aumento del desempleo para todas las edades, siendo las más afectadas en 2011 las comprendidas entre los 30 y 44 años, con un total de 892 parados. Destacar que el número de parados para los grupos de edad entre 20-24 años y 50-54 años son los que han experimentado un mayor crecimiento anual durante el periodo 2006-2011 siendo de 49,91% y de 38,38%.

PARO REGISTRADO POR NIVEL FORMATIVO

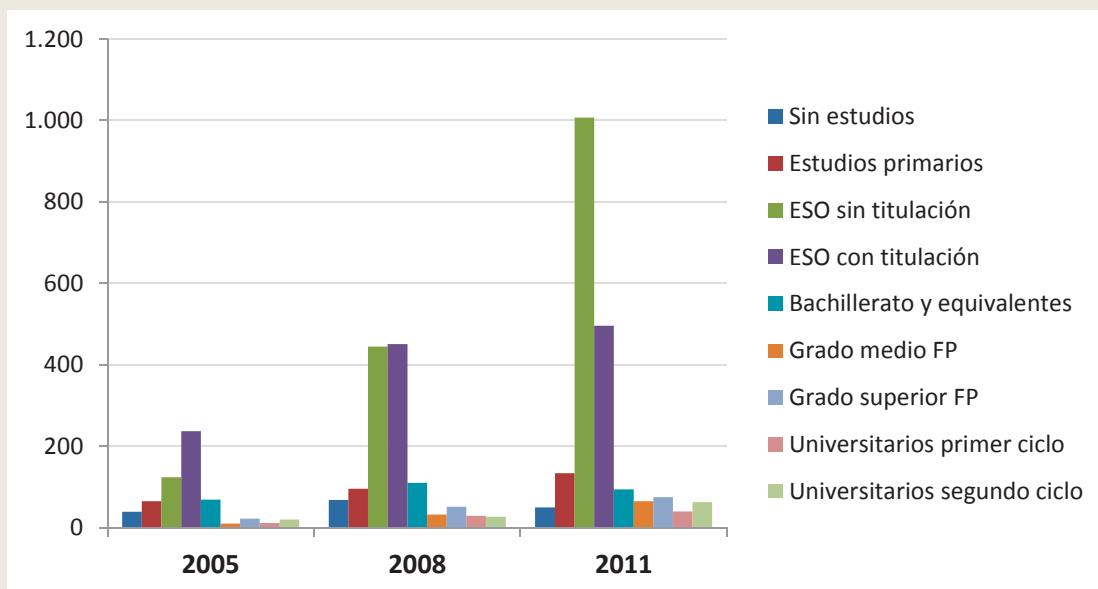


Gráfico 11. Fuente SEPE





En 2011 más de la mitad de la población en situación de desempleo posee niveles muy bajos de formación.

El mayor número de parados se encuentra en el grupo “ESO sin titulación” representado por un 49,65% sobre el total.

El siguiente nivel formativo con más población desempleada se corresponde al grupo “ESO con titulación” con un 24,46%.

Aunque el número de población con niveles de formación medio y superiores representan sólo el 16,63% sobre el total de parados, hay que destacar que desde 2005 cada vez hay más demandantes de empleo en estos grupos.

PARO REGISTRADO PARA ESPAÑOLES Y EXTRANJEROS POR NIVEL FORMATIVO Y SEXO

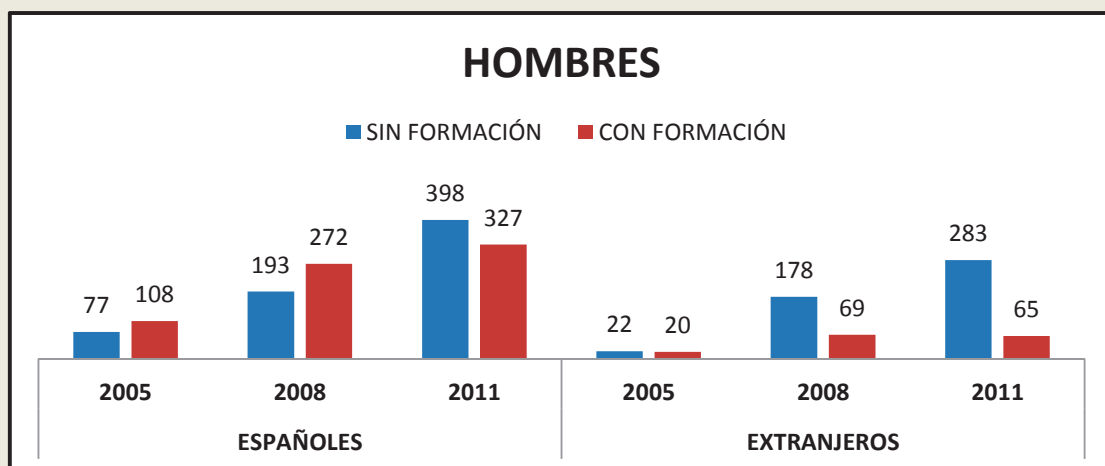


Figura 2. Fuente SEPE

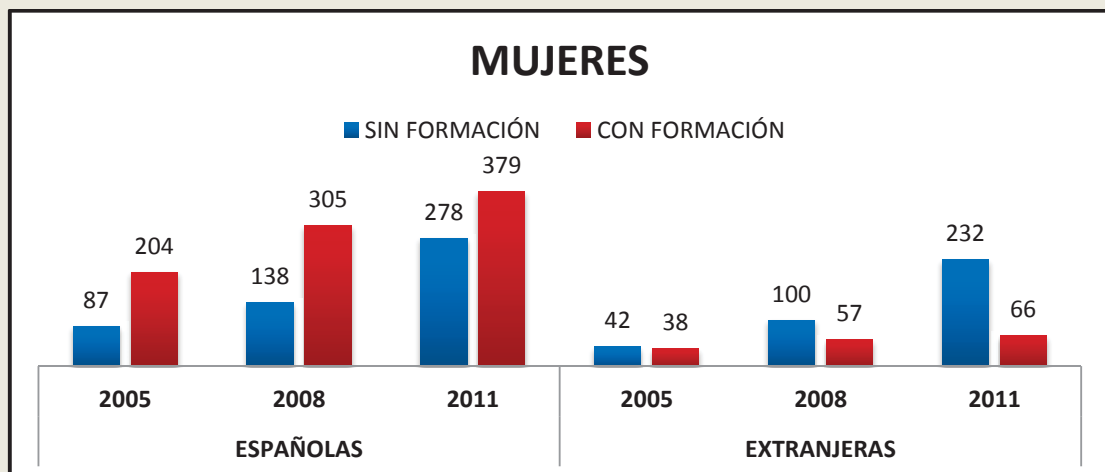


Figura 3. Fuente SEPE

En 2011 se registra un aumento del paro para aquellos hombres (nacionales y extranjeros) y mujeres extranjeras que no poseen formación.

Sucede lo contrario para las mujeres españolas con formación pues aumentan en 74 el número de paradas.





PARO REGISTRADO POR NIVEL DE FORMACIÓN PARA LOS PRINCIPALES GRUPOS DE EDAD

2011	16-24		25-34		35-44		45-54		>=55		
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	
Sin estudios	5	1	6	3	7	4	6	3	9	6	
Estudios primarios			4	5	10	18	14	17	41	25	
ESO sin titulación	70	38	114	112	168	103	142	92	85	83	
ESO con titulación	18	14	84	59	89	81	58	57	21	15	
Bachillerato y equivalentes	3	4	13	15	10	19	10	11	4	5	
Grado medio FP	4	4	9	11	7	15	2	9	1	3	
Grado superior FP	3	1	8	13	11	25	4	7	2	1	
Universitarios ciclo medio	1	3	1	15	5	9	4	2			
Universitarios 2º ciclo	0	1	8	19	2	16	7	7	2	1	
TOTAL	2.028		170		499		602		453		304

Cuadro 5. Fuente SEPE

NIVEL DE ESTUDIOS PARA LOS HOMBRES PARADOS EN 2011 POR GRUPOS DE EDAD

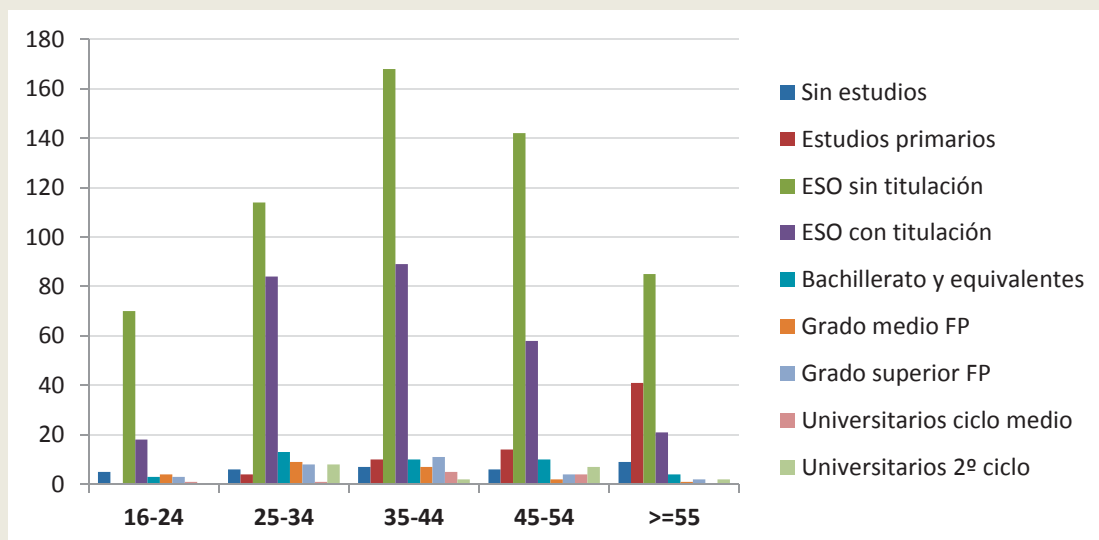


Gráfico 12. Fuente SEPE





NIVEL DE ESTUDIOS PARA LAS MUJERES PARADAS EN 2011 POR GRUPOS DE EDAD

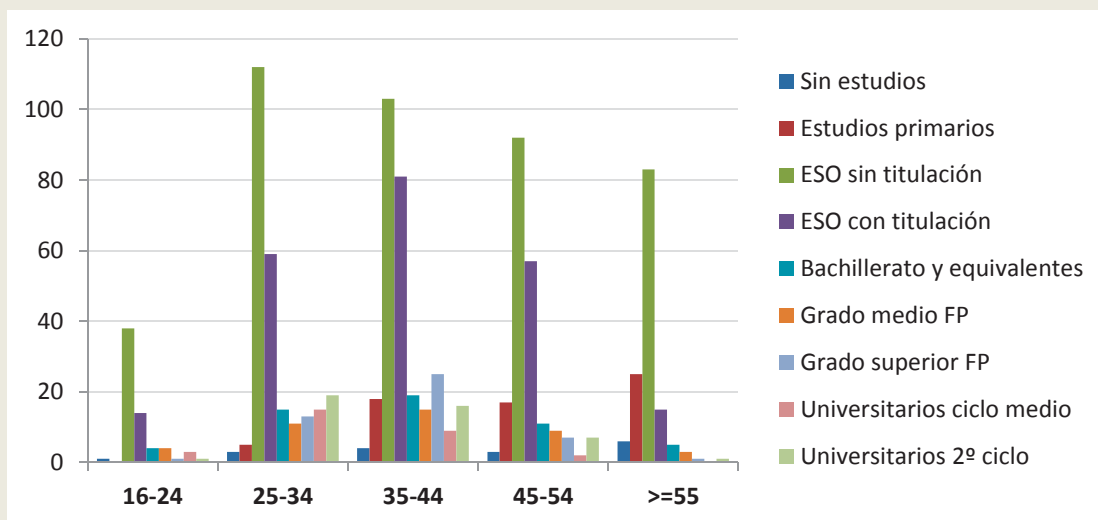


Gráfico 13. Fuente SEPE

Del total de mujeres desempleadas en 2011, el 56,75% (542 mujeres) se concentran entre los 25 y 44 años. De las cuales, el 23% posee niveles elevados de formación.

NÚMERO DE PARADOS POR PRIMERA OCUPACIÓN DEMANDADA

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
AGRICULTURA	11	15	10	23	33	47	44
INDUSTRIA	10	15	15	18	30	25	29
CONSTRUCCIÓN	51	109	154	365	459	453	476
SERVICIOS	447	447	488	713	984	1.031	1.137
HOSTELERÍA	79	102	126	193	287	297	342
TOTAL	598	688	793	1.312	1.793	1.853	2.028

Cuadro 6. Fuente SEPE

En 2011 las actividades relacionadas con el sector servicios son demandadas por el 56% de la población desempleada, seguido de la construcción y de la hostelería con un 23% y un 17% respectivamente, que son la base de la actividad económica del municipio.



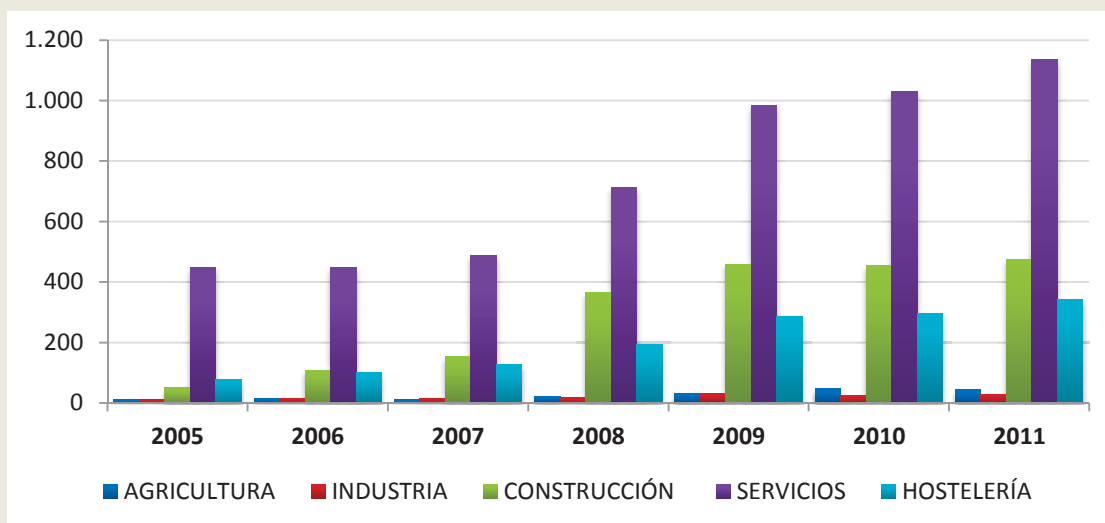


Gráfico 14. Evolución del número de parados por primera ocupación demandada. Fuente SEPE

PESO INTERNO DE LAS PROFESIONES MÁS DEMANDAS, PARA CADA SECTOR, POR LOS TRABAJADORES DESEMPLEADOS

Servicios	PESO INTERNO		Construcción	PESO INTERNO	
	2005	2011		2005	2011
Personal de limpieza	11,37%	9,17%	Albañiles	3,01%	7,94%
Vendedores tiendas y almacenes	13,04%	8,23%	Peones	2,01%	5,67%
Empleados administrativos	14,05%	7,20%	Pintores	1,51%	1,63%
Conductores camiones	0,17%	1,68%	Encofradores	0,00%	1,08%
Conductores taxis	0,67%	1,28%	Carpinteros	0,00%	0,89%
Recepcionistas	1,51%	1,28%	Fontaneros	0,67%	0,79%
Agentes comerciales	1,51%	1,08%	Electricistas	0,33%	0,74%
Conserjes de edificios	2,34%	1,04%	Operadores de maquinaria	0,00%	0,64%
Auxiliares de enfermería hospitalaria	1,67%	0,79%			





Hostelería	PESO INTERNO		Agricultura- Industria	PESO INTERNO	
	2005	2011		2005	2011
Camareros	8,19%	8,97%	Trabajadores agrícolas	1,00%	1,13%
Cocineros	3,34%	5,52%	Peones industriales	1,51%	1,08%
Ayudantes cocina	0,50%	1,04%	Peones agrícolas	0,84%	1,04%

Cuadro 7. Fuente SEPE

Como se observa en el cuadro anterior las profesiones más demandadas en 2011 son aquellas que requieren escaso nivel de formación.

TIPOS DE CONTRATOS

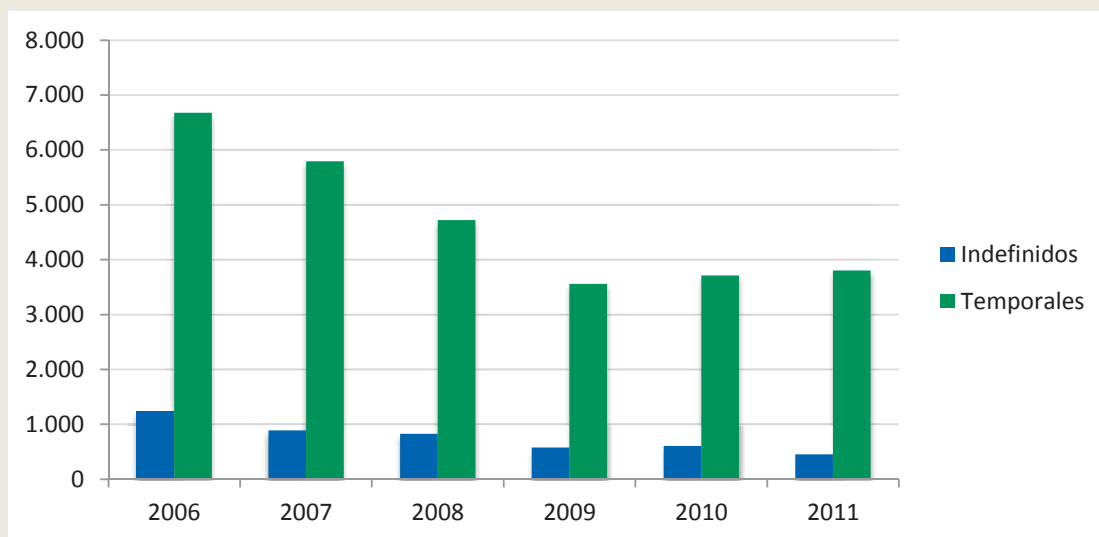


Gráfico 15. Fuente IVE

Ambos tipos de contratación muestran un crecimiento negativo a lo largo del período. Leve recuperación desde 2010 para la contratación temporal.





CONTRATOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

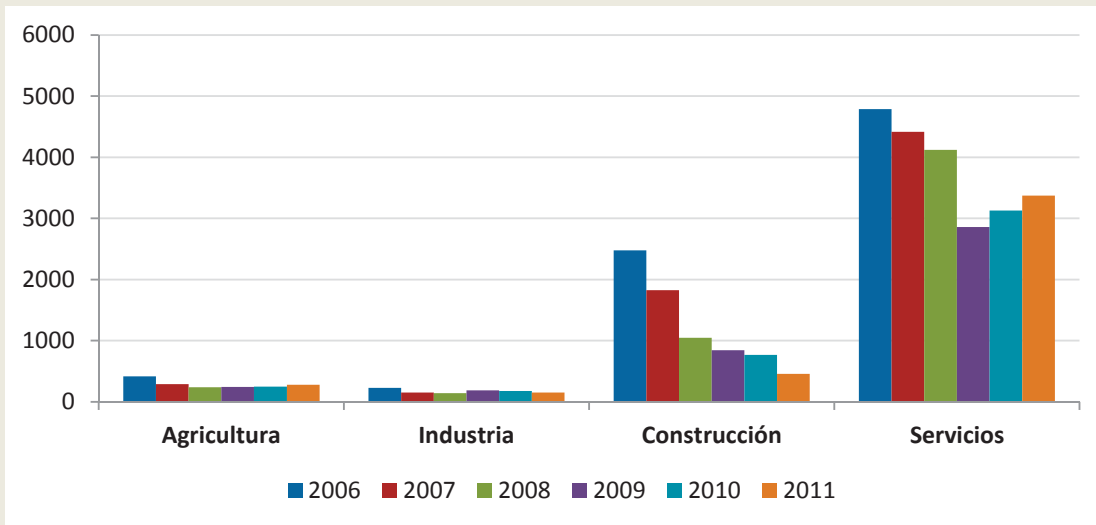


Gráfico 16. Fuente IVE

Caída de la contratación en el sector de la construcción para el período 2006-2011. A partir del 2010 el sector servicios aumenta el número de contratos.

En 2011 el 10,69% (455 personas) del total de empleos registrados en Altea lo fueron en el sector de la construcción.

El sector servicios contrataba, para el mismo año, al 79,26% de la población desempleada (3.374 personas).

NÚMERO DE CONTRATOS PARA CADA SEXO

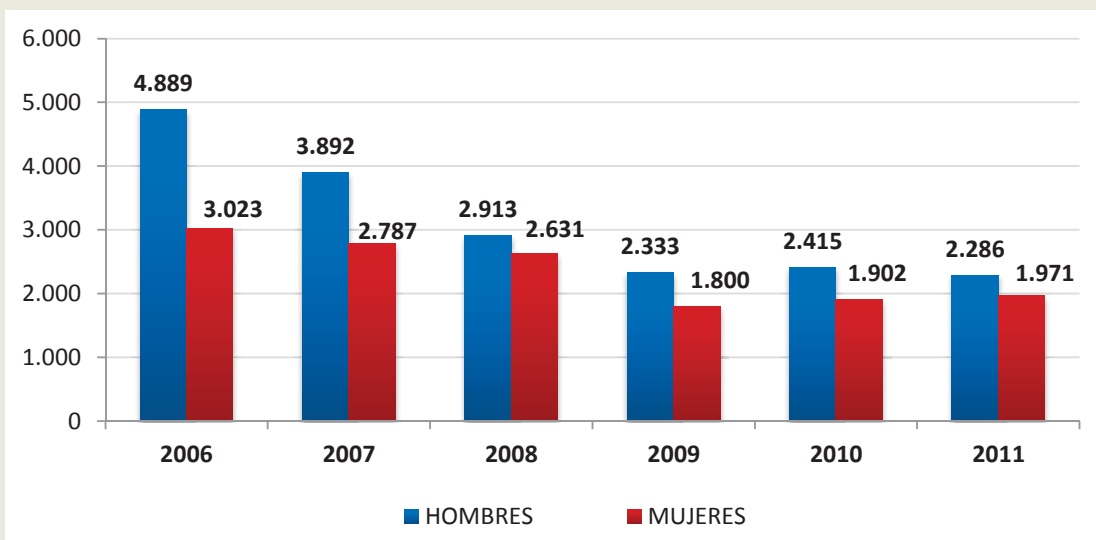


Gráfico 17. Fuente IVE





Descenso de la contratación en ambos sexos. Leve recuperación en 2010 que se mantiene para las mujeres.

Mercado laboral extranjeros

EXTRANJEROS 2011		%
Ambos sexos		
Población activa	6.198	
Parados	646	10,42%
Hombres		
Población activa	3.097	
Parados	348	5,61%
Mujeres		
Población activa	3.101	
Parados	298	4,81%

Cuadro 8. Elaboración a partir de la revisión del Padrón municipal (INE) y SEPE

EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL PARA LA POBLACIÓN EXTRANJERA

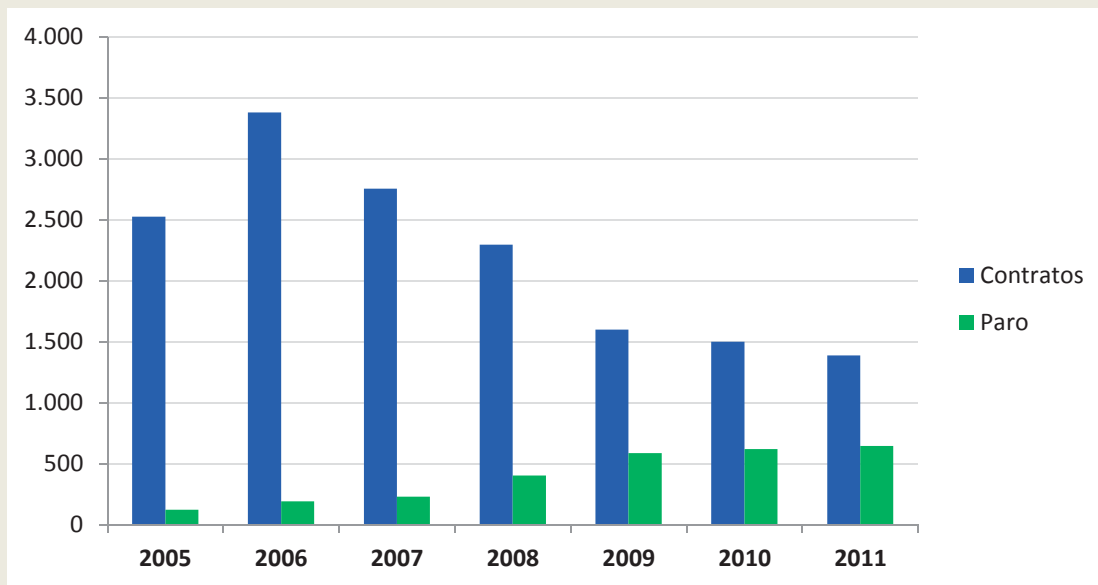


Gráfico 18. Fuente SEPE

Desde 2005 aumento continuado del paro en la población extranjera, acompañada de una importante reducción de la contratación a partir de 2006.





PARADOS EXTRANJEROS POR NIVEL DE FORMACIÓN, GRUPOS DE EDAD Y SEXO

2011	16-24		25-34		35-44		45-54		>=55	
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER
Sin estudios	2		5	3	6	3	4	2	1	
Estudios primarios			3	3	8	7	6	7	5	7
ESO sin titulación	17	20	58	67	94	53	55	36	19	24
ESO con titulación	5	1	15	19	17	12	10	10	3	3
Bachillerato/equivalentes	1		2	2	1	3	2	2	0	1
Grado medio FP	1	0	1	1		2				
Grado superior FP		1		1	2	1		1		
Universitarios ciclo medio				3	2	1	2	0		
Universitarios 2º ciclo			1		0	1	0			1
TOTAL	646	48	184	99	213	83	137	58	28	36

Cuadro 9. Fuente SEPE

La categoría ESO sin titulación recoge el mayor número de parados siendo de 68,56% sobre el total. Dentro de esta categoría, el número de hombres parados es superior al de las mujeres para las edades comprendidas entre 35 y 54 años.

La categoría ESO con titulación representa el 14,71% de parados. Para el resto de categorías el nivel de desempleo es muy bajo.

PARO 2011			
Principales nacionalidades		Principales ocupaciones	
Rumania	26,78%	Personal de limpieza	12,23%
Bulgaria	10,84%	Camareros	10,84%
Ecuador	10,06%	Albañiles	9,91%
Marruecos	8,51%	Peones construcción	8,67%
Italia	3,72%	Cocineros	8,20%
Reino Unido	3,41%	Vendedores	5,57%
Argentina	3,41%	Empleados administrativos	4,02%
Colombia	2,94%	Pintores	1,86%
Alemania	2,94%	Empleados domésticos	1,70%
Holanda	2,79%	Conductores	1,55%
Polonia	2,32%	Ayudantes de cocina	1,55%
Federación Rusa	2,17%	Peones agrícolas	1,55%
Argelia	2,17%	Peones industrias	1,24%
Bélgica	2,17%		
Ucrania	2,01%		
Francia	1,86%		
Cuba	1,70%		
TOTAL	646		





CONTRATOS 2011		Principales ocupaciones	
Principales nacionalidades		Principales ocupaciones	
Rumania	22,93%	Camareros	23,07%
Ecuador	8,07%	Cocineros	9,30%
Marruecos	8,00%	Vendedores en tiendas	8,51%
Bulgaria	5,55%	Personal de limpieza	7,93%
Italia	5,19%	Ayudantes de cocina	7,07%
Ucrania	4,04%	Peones agrícolas	6,42%
Holanda	3,82%	Albañiles	6,13%
Argentina	3,82%	Empleados administrativos	4,76%
Colombia	3,60%	Peones de la construcción	3,46%
Reino Unido	3,39%	Pescadores de altura	2,31%
Federación Rusa	3,39%	Auxiliares de enfermería	1,01%
Francia	2,60%	Encofradores y operarios	1,01%
Alemania	2,16%	Peones del transporte	0,87%
Bélgica	2,02%		
Pakistán	1,95%		
Noruega	1,51%		
Bolivia	1,44%		
China	1,37%		
Argelia	1,23%		
Brasil	1,08%		
Uruguay	1,01%		
TOTAL	1.387		

CONSTRUCCIÓN Y VIVIENDA

LICENCIAS MUNICIPALES DE EDIFICACIÓN NUEVA SEGÚN TIPO DE OBRA

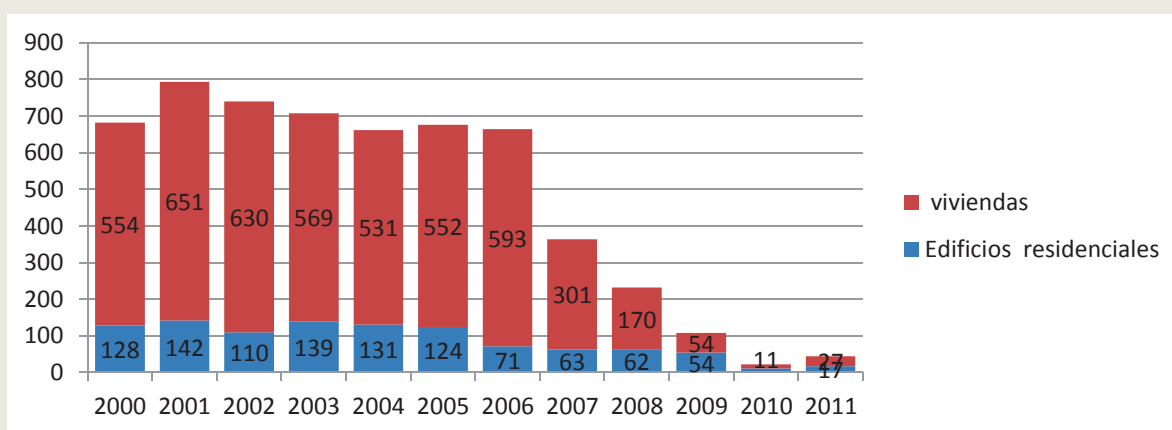


Gráfico 19. Fuente IVE

Desde 2006 se inicia un importante descenso en la concesión de licencias, especialmente para viviendas de obra nueva.





Es muy importante insistir que esta gráfica representa un cambio estructural y no solo una caída coyuntural de las viviendas, tal y como sucedió en la anterior crisis inmobiliaria de 1991-1994.

No obstante, aparecen otros datos que ofrecen un panorama menos negativo como por ejemplo el de licencias de obra mayor. Téngase en cuenta que este dato no distingue entre obra nueva, rehabilitación, ampliación, etc.

LICENCIAS DE OBRA MAYOR CONCEDIDAS

2007	158
2008	157
2009	103
2010	78

Cuadro 10. Fuente Concejalía de Urbanismo. Ayuntamiento de Altea

COMPRVENTAS DE VIVIENDAS ESCRITURADAS SEGÚN TIPO

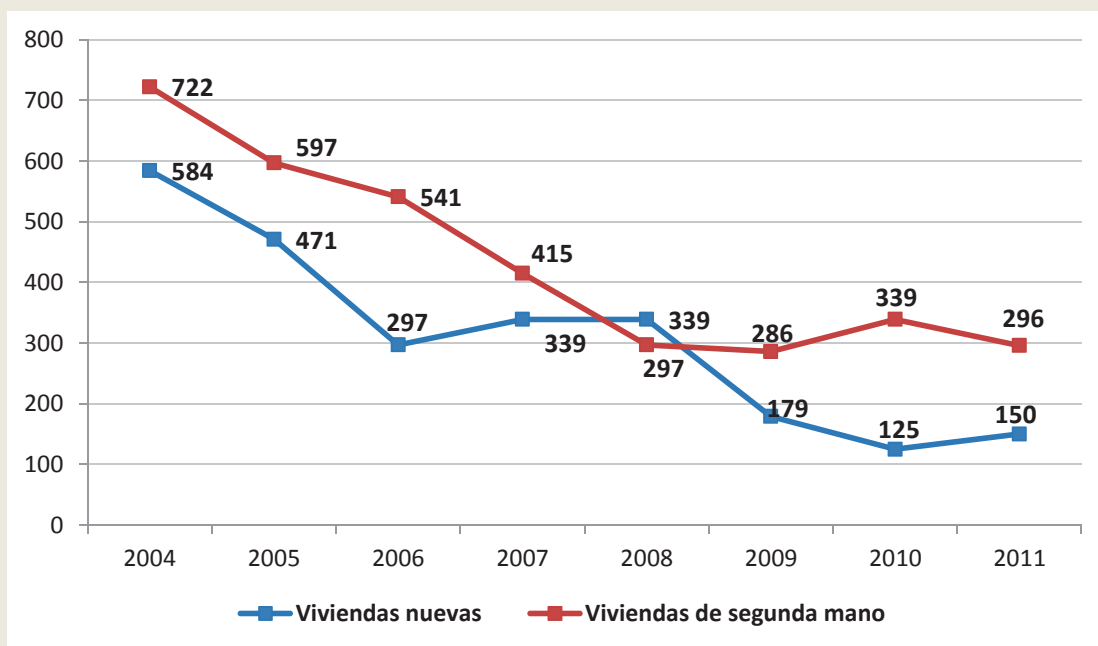


Gráfico 20. Fuente IVE

En 2011 las operaciones sobre viviendas usadas cayó un 12,68% mientras que las viviendas nuevas experimentaron un crecimiento del 20%, siendo éste el primer dato positivo desde que se inició caída en 2008.





ANEXO 2. DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades)

A continuación se presentan los resultados del análisis DAFO realizado sobre la actual situación de Altea en relación al mercado laboral y al turismo. El DAFO es una herramienta útil para el análisis de la realidad social que permite identificar tanto las Debilidades y las Fortalezas (análisis interno) como las Amenazas y Oportunidades (análisis externo) a las que se enfrenta una determinada organización, empresa o comunidad, en este caso, el municipio de Altea.

El análisis DAFO se ha confeccionado a partir de la información reunida en fases precedentes de la investigación, en las que se han empleado tres estrategias de recogida de información:

- Entrevistas en profundidad (a expertos académicos, técnicos de corporaciones municipales, agrupaciones empresariales y representantes de colectivos sociales).
- Explotación de fuentes secundarias (bases de datos estadísticos, literatura especializada, etc.).
- Proceso de participación (con presencia de expertos académicos, técnicos de corporaciones municipales, agrupaciones empresariales y representantes de colectivos sociales).

El resultado es un conjunto de ítems o ideas que a continuación se exponen, y que servirán de base para el diseño de estrategias de actuación a escala local que permitan la mejora de la actual situación de Altea.

El rigor metodológico exige que las ideas manifestadas por las personas que han tomado parte tanto en el proceso de participación como en las entrevistas en profundidad, sean registradas y presentadas respetando el sentido y la literalidad de las expresiones verbales originales. Estas fuentes proceden de ámbitos dispares de la realidad socioeconómica de Altea, así como de distintas áreas de conocimiento. Por esta razón, es posible encontrar en ocasiones ideas parcialmente contradictorias o incluso excluyentes, situación que en ningún caso les resta validez.





DEBILIDADES:

DEMOCRACIA Y PODERES PÚBLICOS:

Irregularidades en la actividad política: Percepción o sospecha de situaciones de corrupción urbanística, clientelismo y círculos de poder que controlan la vida pública. En el pasado se han vivido situaciones de posibles represalias sobre quienes no proporcionaban apoyo a determinadas élites de poder). Relaciones poco transparentes entre política y empresas promotoras-constructoras. Ausencia de transparencia en la contratación de personal del Ayuntamiento de Altea, evasión de las tareas de vigilancia en el vertido incontrolado de residuos; mala gestión pública del Palau-Altea, entre otras.

Déficit democrático. Ausencia de mecanismos de participación ciudadana, ausencia de normativas consensuadas con ciudadanos. Ausencia de participación ciudadana en decisiones urbanísticas. Débil tejido asociativo, falta de actividad en comunidades de vecinos, población extranjera no interesada en participar. Oportunismo de los políticos por controlar el voto o posicionamiento político de las asociaciones, percepción de que la democracia no está llegando al ciudadano, de que "haya vida más allá de los partidos". Existencia de instituciones que controlan la vida social de Altea, la participación al margen de un partido político "te señala". Falta de conciencia de la clase política de realizar un servicio orientado al ciudadano. Hay muy poco capital social en Altea pero la nueva forma de regular debería ser a través de la participación. Pero el problema es que en la administración no existe una cultura participativa y hay un exceso de fe en los técnicos.

Descontento con la actividad burocrática del Ayuntamiento, la lentitud de su actividad y su incapacidad de coordinación interdepartamental.

Culpabilidad de los políticos dado que permitieron la urbanización de la sierra.

Lentitud de los trámites burocráticos para conseguir las licencias de obra.

DESARROLLO TERRITORIAL Y MOVILIDAD:

Falta de un plan integral, de un modelo de ciudad. Percepción social negativa de la planificación urbana y uso del espacio, ausencia de visión de futuro. Abuso de la planificación a corto plazo mediante planes parciales y modificaciones puntuales, con un PGOU obsoleto.

Dificultades para crear suelo industrial.

Mala planificación de la comunicación. Dispersión urbana. Segmentación del municipio al ser atravesado por las vías férreas, la carretera N-332 y la autopista





AP-7. Continúa el problema de la circunvalación.
Problemas de tráfico y aparcamiento (Colapso de tráfico en hora punta y periodos vacacionales, especialmente en los accesos al municipio y la N-332, escasez de plazas de aparcamiento, elevado precio de los parkings.
Exceso de vehículos y abuso del uso de vehículo privado, escasez de transporte público.
Incremento de los costes de desplazamiento (petróleo, tasas aéreas, peajes, etc.) lo que encarece la llegada a destino.
ECONOMÍA:
Dependencia del sector urbanístico-turístico en la economía local. Especialización excesiva de algunos municipios en turismo residencial y venta de viviendas sin que hayan apostado por otros atractivos y nuevas inversiones que puedan seguir atrayendo a nuevos turistas. Dependencia de las arcas municipales respecto de los ingresos por licencia de obra. El resultado es un fuerte déficit presupuestario que presentan las cuentas públicas municipales.
Sector de la construcción paralizado.
Alto nivel de precios. Elevado precio de la vivienda y los alquileres, de los servicios de aparcamiento, de los espectáculos culturales del Palau. Ausencia de oferta hotelera asequible para un turista de clase media.
Total autonomía de los mercados en época de bonanza, no es posible regularlos.
URBANISMO Y VIVIENDA:
Excesiva edificación y ausencia de espacios públicos, zonas verdes. Si se hace un balance entre los costes generados por las grandes urbanizaciones (realizadas muchas por empresas foráneas) y los beneficios dejados en el pueblo, el balance es negativo.
Aberraciones urbanísticas como la construcción de edificios en la Sierra Bernia.
Falta de interés real por el casco antiguo. No hay continuidad en aplicar la normativa del paisaje urbano del casco antiguo. Degradación y escaso atractivo de la escena urbana.
Uso dado al dinero procedente de impuestos: los servicios recibidos por el ciudadano no son acordes con las tasas públicas, especialmente al caso de las zonas residenciales de la periferia de Altea, donde no se efectúan adecuadamente servicios como la recogida de residuos o de mantenimiento de las infraestructura viaria.





Gran stock de viviendas sin vender, muchas de las cuales se encuentran en propiedad de los bancos. Una de las consecuencias es la competencia desleal de los bancos en el mercado inmobiliario.

Poco suelo disponible en el núcleo urbano.

De un lado, desprofesionalización del sector de la construcción, consecuencia de la aparición de muchos promotores pequeños. De otro, existencia de grandes promotoras foráneas sin responsabilidad social sobre el territorio alteano.

MEDIO AMBIENTE:

Degradación del entorno natural y paisajístico debido al desarrollo urbanístico: playa de Cap Negret desvirtuada y degradada por edificación, problemas de inundaciones en viviendas por invasión marina, se está poniendo en peligro el encanto natural de la zona, sierra degradada, pérdida de praderas de poseidonia, suciedad de playas y río, excesivo desarrollo urbanístico en montaña y costa, exceso de edificación en altura en la sierra, escombros vertidos al río y barrancos, vertederos de obra clandestinos, ausencia de vigilancia y control, degradación del paisaje costero natural (desde el puerto al Albir, desde L'Olla a Calpe), crecimiento urbanístico a costa de la huerta de Altea. No hay un modelo de desarrollo sostenible.

SANIDAD:

Saturación de servicios sanitarios: poco personal, escasa infraestructura, centros mal dimensionados por la diferencia entre población censada y no censada, largas esperas, derivación a otros centros, falta de atención y servicio personalizado, sobreutilización de los servicios sanitarios, problemas de idioma en la relación médico-paciente.

CONVIVENCIA, PAZ SOCIAL E IDENTIDAD:

Situaciones de discriminación, segregación, exclusión, de no aceptación del otro (extranjero/turista). Dificultades para acceder a ciertos grupos cerrados para quienes no han nacido en Altea. Problemas de comunicación e idioma.

Cierta cerrazón en las posturas del alteano (no son tan cosmopolitas como parece), como mecanismo de defensa de su identidad, o por celo a perder derechos y/o privilegios en el proceso de toma de decisiones, en un medio con recursos cada vez más escasos.

Percepción de que se ha perdido calidad de vida.

COMERCIOS Y RESTAURACIÓN

Deficiencias del sector servicios local (limitaciones de la oferta comercial en





comparación con las grandes ciudades o las dificultades de las pequeñas empresas que han de competir con grandes compañías y que carecen de ayudas y subvenciones).
Escasa autorregulación del sector de la restauración en Altea.
No existen jornadas gastronómicas.
Los dueños de los locales del casco antiguo son mayoritariamente de fuera (no alteanos).
TURISMO:
Llegada reciente de un turista de menor poder adquisitivo (turistas que consumen fundamentalmente en el hogar). Bajo nivel del gasto turístico por persona y día respecto al promedio nacional. Debido, en parte, al predominio de la citada demanda residencial.
Turismo residencial frenado por masificación.
Inexistencia de promoción de los deportes náuticos. La gente de la comarca (y de Altea) vive de espaldas al mar, no consume servicios náuticos. Aunque reciben clientes de toda la provincia, les cuesta fidelizar clientes de la zona.
La estacionalidad turística. Es el principal problema de la actividad náutica: trabajan desde Semana Santa hasta el Pila (octubre).
Excesiva dependencia del mercado británico frente a otros mercados como el belga o el alemán.
Turismo nacional está disminuyendo y recorta tiempo de estancia y gastos.
FACULTAD DE BELLAS ARTES:
Escasa trascendencia de la actividad de la Facultad de Bellas Artes (FBA). Desarrolla una serie de actividades dentro de Altea pero que son puntuales, pequeñas y de escasa difusión. Repercusión de la FAB reducida al alquiler de viviendas a estudiantes. No hay mucha permeabilidad entre la universidad y la ciudad. No hay sinergias. El alumno es perseguido por su imagen "políticamente incorrecta". No hay vida universitaria, Altea no es una ciudad universitaria. Hay un problema de comunicación entre el ayuntamiento y la FAB. No hay diálogo, ni interés en dialogar, por ninguna de las partes. Desde la FBA se han preparado varios proyectos a realizar en Altea que no han conseguido ningún apoyo municipal: proyectos de arte con discapacitados, o proyectos de intervención espacial. Con el anterior consistorio había una mayor conexión.
Para los miembros de la FAB en Altea no hay una estructura o tejido artístico. La "Altea de los artistas" es un mito turístico construido.





AGRICULTURA:

Escaso o nulo apoyo del sector público y/o privado a la producción de agricultura de cercanía (hortalizas, verduras, frutas con valor añadido). La producción de agricultura de cercanía con valor añadido basado en la calidad, ecología y autoctonía podría funcionar con salida en mercados y restaurantes locales (es lo que antes había en Altea, una producción agrícola y pesquera muy diversa). Habría que potenciar el consumo del producto autóctono y podría ser una "ayuda complementaria" a las economías familiares. Falta un organismo que genere iniciativas de este tipo, que ligue las iniciativas y los recursos que existen o que están apareciendo.

El fraccionamiento de la producción -debido a la atomización de la propiedad- hace aumentar los precios de la producción y los hace poco competitivos. Son 500 cooperativistas pero el tamaño de la propiedad es muy pequeño (1/2 hectárea y la media es entre 1 y 3 hec.).

Las posibilidades de que el sector agrícola pueda absorber más empleo son pocas debido a la disminución de la actividad agrícola, a la que se añade el problema de los bajos precios que reciben los productores.

Escaso sentido de la innovación en la Cooperativa: funciona bien (incluso con la crisis) y existen reticencias a asumir riesgos y nuevos retos, a introducir nuevas formas de producción/comercialización, a pesar de los problemas a los que se enfrenta: costes altos por agua, mano de obra, escasa mecanización, abonado, etc.

La calidad del producto de la Cooperativa ha bajado por el sistema de venta: los mayoristas quieren variedades que se conserven durante más tiempo. Las especies autóctonas han desaparecido por la producción de una sola variedad de naranja: la valencia-late. Mirando a lo grande nos hemos olvidado de lo pequeño: la naranja pequeña es más sabrosa.

Existencia en el sector agrícola de empleo sumergido como consecuencia de la crisis: altos costes sociales para trabajar solo unos pocos días. Los trabajadores encuentran una salida en esta economía sumergida (sector agrario y restauración) o en la inmigración.

EMPREDURISMO E INNOVACIÓN:

Falta de sentido de emprendurismo en la sociedad alteana, falta de iniciativa y sentido del riesgo en el tejido empresarial. El alteano siempre ha estado "esperándolas a ver", pero ese tiempo ya ha pasado.

Dificultad para introducir cambios entre los comerciantes, caracterizados por una mentalidad antigua para desarrollar nuevas líneas de negocios. El sector empresarial no se adapta a los nuevos tiempos y no permite la entrada de





nuevos empresarios (sobre todo si no son alteanos). El empresario de Altea tiene poca capacidad de respuesta y espíritu poco asociativo. El sector más tradicional no tiene interés en introducir cambios. Hay una cierta inmovilidad porque el nivel de vida es alto y se vive bien. La financiación barata más la entrada del euro permitió la llegada al sector de advenedizos (nuevos empresarios sin tradición).

Falta de innovación dentro del sector turístico no sólo a nivel tecnológico sino también en los procesos de actividad del negocio. Actuaciones promocionales marcadamente individualistas. No se ha sabido vender nuestra provincia como un destino integral. Falta coordinación entre subsectores para mejorar nuestro destino como turismo.

Cultura del "dinero fácil", del "pelotazo", y no del mérito. Esperar recompensas satisfactorias con un bajo esfuerzo.

MERCADO LABORAL Y FORMACIÓN:

Incremento progresivo del paro registrado desde 2005. El 22,79% de demandantes parados en el sector de la construcción. Bajo nivel formativo de la población parada: gran aumento del porcentaje de población parada que no ha finalizado estudios secundarios y ligero aumento en el porcentaje de parados con estudios de FP o universitarios. El aumento en los niveles de paro ha afectado especialmente a la población entre 20 y 24 años y la población entre 50 y 54 años. Bajo nivel académico de extranjeros parados demandantes de empleo.

Déficit en la formación y en la cualificación. Llegó mucha mano de obra sin cualificar. Hace falta más ayudas a los programas de formación y autoempleo (la concejalía tiene un presupuesto muy limitado). Falta de formación para los nuevos nichos de empleo. Escasa formación del sector empresarial (para mayores y jóvenes). Falta formación en los empleos de turismo (idiomas, atención al público, marketing, calidad, informática). La formación de FP es escasa y pobre. El problema es que los demandantes están siempre ligados al sector de la construcción. El sector de la restauración tiene una cualificación muy baja y hay que mejorar la cualificación del pequeño comercio.

Las principales ocupaciones demandadas por la población parada requieren baja cualificación (personal de limpieza, albañiles, peones de construcción, vendedores y camareros). Crecen aquellas relacionadas con la construcción de obra nueva (operadores de maquinaria, peones y albañiles).

Disminución de la contratación indefinida y ligero repunte en la contratación temporal.

También hay problemas de sobrecualificación en otras disciplinas.

DEMOGRAFÍA:

Aumento de índices de envejecimiento y de dependencia.





AMENAZAS:

COMERCIO Y RESTAURACIÓN:

Guerra de precios en sector de la restauración.

Pérdida de calidad de la oferta en restauración.

Competencia desleal e intrusismo en algunos de los sectores económicos de Altea.

La primera línea de playa de Altea es fea; este mal aspecto (asociada a negocios de bajo coste) parece ascender hacia el casco antiguo.

MEDIO AMBIENTE Y PATRIMONIO:

La declaración del casco antiguo de Altea como Bien de Interés Cultural BIC puede quedar solo como un mero gesto.

AGRICULTURA:

Tentación de la construcción/especulación de los campos de labranza abandonados.

La vuelta al modelo constructivo anterior a la crisis. Puede ser la puntilla a una agricultura ya débil en la actualidad.

URBANISMO Y DESARROLLO TERRITORIAL:

Se cuestiona la sostenibilidad del modelo de vivienda unifamiliar.

Altea no cuenta con infraestructuras necesarias para responder a las demandas de un nuevo proceso de crecimiento urbanístico.

El stock de viviendas en manos de los bancos. Hasta que los bancos no agoten su stock el mercado estará parado.

Los problemas que pone el ayuntamiento para construir casas grandes en la Sierra demandadas por los rusos.

Los proyectos urbanísticos aprobados y paralizados por la crisis.

MEDIO AMBIENTE Y PATRIMONIO:

Un santuario de posidonia. Anteriormente se vio afectado por el proyecto de ampliación del puerto deportivo Campomanes pero fue paralizado a instancias





de la UE.
Riesgo geológico: algunas construcciones pueden verse afectadas por escorrentías y derrumbamientos.
TURISMO:
Reducción del estado de bienestar: los jubilados europeos necesitan de este estado de bienestar.
La marcha de las colonias de inmigrantes jubilados internacionales.
Posible conexión entre el nuevo turismo de origen ruso y mafias.
Competencia exterior como destino turístico desde el Norte de África, países del mediterráneo oriental, Turquía, etc.
Destinos que cuentan con ventajas competitivas en términos de precio, dotación de infraestructuras, equipamiento y orientación a productos específicos.
Falta de planificación turística: inexistencia de un plan estratégico (riesgo de no tenerlo) que abarque todos los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.
Falta de compromiso para mantener las infraestructuras hoteleras, en un momento como el que estamos atravesando, para evitar su deterioro.
ECONOMÍA:
No es conveniente que se ponga límites al mercado.
Inseguridad jurídica para el comprador extranjero.
DEMOCRACIA Y PODERES PÚBLICOS:
Falta coordinación y actuaciones desde las administraciones públicas. Falta de concienciación entre los poderes públicos de la importancia real que tiene el sector turístico.
FACULTAD DE BELLAS ARTES:
Valla que se ha construido y que separa-protege el Campus y que es motivo de conflicto: separación entre ciudad y Facultad de Bellas Artes.
El conflicto por negar la celebración de ECO-Altea en el Campus.





FORTALEZAS:

MEDIO AMBIENTE Y PATRIMONIO:

Conservación del patrimonio cultural y de los valores tradicionales: valor y belleza del patrimonio arquitectónico del municipio. El casco antiguo de Altea y las actividades económicas tradicionales que subsisten, como la artesanía local, la pesca o la agricultura.

Riqueza paisajística y natural del municipio. El santuario de posidonia. La calidad de los fondos marinos es buena a pesar de las afecciones que ha sufrido. Reserva marítima de Sierra Gelada que cubre toda la bahía de Altea hasta el Morro de Toix.

CONVIVENCIA, PAZ SOCIAL E IDENTIDAD:

Carácter no masificado del turismo en el municipio, seña de identidad. Debido a la playa de piedras, la oferta cultural, etc.- que lo alejan del turismo de masas. La no masificación de la playa es un recurso.

Carácter tranquilo y calidad de la vida en el municipio.

Relaciones integradoras entre la población local y los residentes extranjeros. No hay riesgo de dualización o exclusión social.

DESARROLLO TERRITORIAL Y MOVILIDAD:

Buenas comunicaciones con el exterior, (cercanía a aeropuertos, la autopista AP-7, vías férreas, proximidad a grandes ciudades). Una situación geográfica privilegiada que nos permite un acceso rápido y relativamente económico de los principales países emisores. Centroamérica no puede ser una alternativa mientras que no ofrezca unas tarifas aéreas más atractivas.

TURISMO:

Temperaturas cálidas y estables todo el año y una buena situación geográfica.

Clientela diversa: mercado español, francés, inglés, holandés, nórdico, alemán.

Producto Altea bien posicionado en el mercado nacional e internacional: clientela que demanda alta calidad. En la actualidad hay un grupo de clientes que a través de la web busca información sobre productos concretos y de calidad. Producto diferenciado: tranquilidad y calidad de vida (frente a Benidorm y Calpe). Menos masificado que municipios colindantes, casco antiguo con encanto, cultura (Palau y "pueblo de artistas"), tradición... Un producto con personalidad y que, a pesar del crecimiento exponencial





inmobiliario, no ha perdido su encanto.
Altea abarca dos tipos de demanda turística: uno de sol y playa no muy masificado y otro turismo más exclusivo (perfil extranjero).
Somos un destino seguro (paz social, seguridad jurídica, sistema público de sanidad) en el contexto internacional.
Elevados niveles formativos y alto grado de civilización de la demanda.
Costa Blanca destino maduro con un know-how, lo que supone una ventaja competitiva.
Existe en la Comunidad Valenciana una red de centros de formación turística, los CDT.
Valoración satisfactoria de la Comunidad Valenciana por los turistas extranjeros: los turistas extranjeros que han visitado nuestra comunidad en 2011 han valorado el destino con una nota de 8,7 sobre 10 lo que nos convierte, junto a Canarias, en el mejor destino turístico de España.
Altea continúa siendo atractivo: continuidad en la recepción de población turista inmigrante.
Buena relación calidad/precio.
El turismo náutico como actividad consolidada: puede aprovecharse la reserva marítima de Sierra Gelada que cubre toda la bahía de Altea hasta el Morro de Toix. La calidad de los fondos marinos (incluido del santuario de posidonia) es buena a pesar de las afecciones que ha sufrido, lo que supone un valor añadido para el turismo náutico. Este tipo de actividades atrae a clientela extranjera.
ECONOMÍA:
Los dueños de los locales del casco antiguo son mayoritariamente personas no originarias de Altea.
Interés por la innovación en determinadas actividades económicas: interés por introducir cambios (no en el sector más tradicional). Como en el sector de la restauración que hace uso de las TIC para reducir costes y darse a conocer. Los restaurantes (en su mayoría de propietarios foráneos) se están adaptando mucho mejor que el pequeño comercio.
El empresario hotelero forma parte de un sector dinámico con carácter proactivo que ha sabido reaccionar ante los cambios del mercado y adaptarse para satisfacer las necesidades de la demanda.
Altea tiene una pequeña economía de comercio saneada.





Buenos promotores medianos.
FACULTAD DE BELLAS ARTES:
La Facultad de Bellas Artes (FBA) desarrolla una serie de actividades dentro de Altea, aunque son puntuales, pequeñas y de escasa difusión.
Impacto económico de alumnos de la FBA que residen en Altea: el alquiler de los pisos a los estudiantes, en temporada baja (precios más altos que en Valencia). Hay unos 650 alumnos de los que al menos el 70% viven en Altea.
AGRICULTURA:
La Cooperativa funciona bien, incluso con la crisis.
Correcta integración del grupo de inmigrantes trabajadores de la Cooperativa, los cuales accedieron al puesto en época de bonanza (cuando nadie quería trabajar en el campo). Han aprendido el oficio y ahora no hay razón para despedir a buenos trabajadores.
MERCADO LABORAL Y FORMACIÓN:
Disminución del porcentaje de parados con estudios secundarios y bachillerato.
Ligero repunte en la contratación en el sector agrícola y servicios.





OPORTUNIDADES:

ECONOMÍA:

La crisis como oportunidad para repensar un nuevo sistema, dibujar un nuevo modelo de futuro.

Economía de la cultura, aprovechando el patrimonio cultural de Altea. Por ejemplo, Altea podría ser una ciudad universitaria. Las actividades de la Facultad de Bellas Artes (FBA) como un recurso del turismo cultural. Potenciar la economía del conocimiento con la FBA.

El turismo y la construcción siguen siendo las salidas de Altea. La supervivencia de Altea pasa por la supervivencia del sector de la construcción.

AGRICULTURA:

Podría funcionar la producción de agricultura de cercanía (hortalizas, verduras, frutas con valor añadido) pero el impulso de esta actividad debería partir de fuera de la Cooperativa. Con valor añadido basado en la calidad, ecología y autoctonía podría funcionar con salida en mercados y restaurantes locales. La iniciativa de los huertos urbanos es un éxito en Altea. Es lo que antes había en Altea (una producción agrícola y pesquera muy diversa). Habría que potenciar el consumo del producto autóctono y podría ser una "ayuda complementaria" a las economías familiares.

TURISMO:

Demanda de viviendas de medio y alto standing, por parte de ciudadanos rusos, con alto poder adquisitivo, y por parte de nórdicos.

En la actualidad hay un grupo de clientes que a través de la web busca información sobre productos concretos y de calidad. Altea debe ser coherente con este grupo de clientes que buscan calidad.

Otra clave sería la generación de clusters o conglomerados. En el impulso a estos clusters el ayuntamiento debe ser el motor a través de animadores urbanos. Clusters pequeños con pequeñas acciones.

Actividad náutica: la calidez del mar respecto a otras zonas es una ventaja comparativa para el sector náutico. Captación de eventos deportivos náuticos y segmentos de mercado interesados en el entrenamiento náutico. La expansión de este tipo de negocios respetuosos con el medio y que se adaptan a la demanda del producto Altea: "Altea diferente, tranquila..." Promoción de paquetes de actividades náuticas complementarias que van en la línea de una *slow city*. Ligar turismo rural (alquiler de casas rurales, yoga) con actividades





náuticas.
FORMACIÓN, EMPRENDURISMO E INNOVACIÓN:
Nuevos yacimientos de empleo que estarán ligados a nuevas fórmulas turísticas, al medio ambiente, a la salud y al turismo cultural. Desarrollo de nuevos productos con capacidad desestacionalizadora como la náutica, la gastronomía, la cultura, la salud, el deporte, etc.
Aprovechamiento del capital social de los jubilados europeos.
Oportunidad de formarse en idiomas y TIC, demandado por el sector turístico.
El perfil del inmigrante jubilado internacional es otro nicho de empleo. Población envejecida: posibilidad de especialización en servicios orientados a este tipo de población.
Nuevas tecnologías, potenciación de las webs, aprovechar las oportunidades que ofrece internet.
Mejor promoción, impulsión y contratación de los productos.
Ampliación de INVAT.TUR, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas.
URBANISMO Y VIVIENDA:
Posibilidades de desarrollo urbanístico: comenzar la urbanización de zonas y sectores aprobados. Además, no hay peligro de agotamiento del suelo.
Un crecimiento urbano sostenible: oportunidad para reflexionar sobre si es conveniente construir bloques de pocas alturas siguiendo el modelo Albir.
DESARROLLO TERRITORIAL Y MOVILIDAD:
Liberalización de la autopista AP-7 a su paso por Altea para disminuir los problemas de tráfico por el casco urbano.
Próxima llegada del AVE.
Ampliación del aeropuerto de El Altet lo que nos permite captar nuevos segmentos de demanda.



