

Diego López Olivares



LA VISIÓN
INTEGRADORA
DEL TURISMO DESDE
LA GEOGRAFÍA

LIBRO HOMENAJE
IN MEMORIAM

Juan José Ferrer Maestro
Juan Bautista Ferreres Bonfill (ed.)

DIEGO LÓPEZ OLIVARES

LA VISIÓN INTEGRADORA
DEL TURISMO DESDE LA GEOGRAFÍA

LIBRO HOMENAJE

IN MEMORIAM



Diego López en el Laboratorio de Estudios, Ordenación y Planificación de Espacios Turísticos de la Universitat Jaume I

DIEGO LÓPEZ OLIVARES

LA VISIÓN INTEGRADORA
DEL TURISMO DESDE
LA GEOGRAFÍA

LIBRO HOMENAJE
IN MEMORIAM

Juan José Ferrer Maestro
Juan Bautista Ferreres Bonfill (ed.)

 UNIVERSITAT
JAUME I

Col·lecció Homenatges, 6

Castelló de la Plana, 2023

Noms: Ferrer Maestro, Juan José, editor literari | Ferreres Bonfill, Juan Bautista, editor literari | López Olivares, Diego, entitat homenatjada | Universitat Jaume I. Publicacions, entitat editora

Títol: Diego López Olivares : la visión integradora del turismo desde la geografía : libro homenaje : in memoriam / Juan José Ferrer Maestro, Juan Bautista Ferreres Bonfill (ed.)

Descripció: Castelló de la Plana : Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2023 | Col·lecció: Homenatges ; 6 | Inclou referències bibliogràfiques

Identificadors: ISBN 978-84-19647-65-8

Matèries: López Olivares, Diego | Turisme | Geografia

Classificació: CDU 910 López Olivares, Diego | CDU 379.85 | CDU 913 | THEMA RGCT



Publicacions de la Universitat Jaume I es una editorial miembro de la UNE, cosa que garantiza la difusión y comercialización de las obras en los ámbitos nacional e internacional. www.une.es.

© Del texto: los autores y las autoras, 2023

© De la presente edición: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2023

Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions
Edifici Rectorat, planta 0. Av. Vicent Sos Baynat, s/n 12071 Castelló de la Plana
Tel. 964 72 8821 publicacions@uji.es

ISBN: 978-84-19647-65-8

DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/Homenatges.6>

Depósito Legal: CS 889-2023



Esta obra cuenta con licencia Creative Commons:
Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

ÍNDICE

<i>Prólogo</i>	
Juan José Ferrer Maestro	11

<i>Introducción</i>	
Juan Bautista Ferreres Bonfill	13

<i>Laudatio</i>	
Fernando Vera Rebollo	
Diego López Olivares: el compromiso de un geógrafo con la identidad y el valor del territorio	19

UN GEÓGRAFO DEDICADO AL CONOCIMIENTO DEL TURISMO

ENRIQUE TORRES BERNIER	
El papel de la economía y la geografía en el conocimiento del turismo (en memoria de Diego López Olivares)	47

ASUNCIÓN BLANCO-ROMERO, MACIÀ BLÁZQUEZ-SALOM, MANUEL DE LA CALLE VAQUERO, CARMEN MÍNGUEZ, ENRIQUE NAVARRO-JURADO	
La huella imborrable de un geógrafo extraordinario: su paso por el Grupo de Turismo de la AGE	57

LA PERSPECTIVA GEOGRÁFICA DEL TURISMO: MÉTODOS, ENFOQUES Y PROCESOS

JEAN-PIERRE LOZATO-GIOTART	
L'approche géographique du développement touristique dans le contexte de la mondialisation	77

<p>OBDULIA MONTESERÍN ABELLA Aproximación a una metodología integrada de análisis reputacional de destinos turísticos pos-COVID-19</p>	95
<p>SALVADOR ANTON CLAVÉ Perspectives sobre la urbanització turística en un context de transició</p>	129
<p>JUAN IGNACIO PULIDO-FERNÁNDEZ, JAIRO CASADO-MONTILLA Proyección de los elementos esenciales de un destino turístico</p>	149
<p>JOSEP ANTONI IVARS BAIDAL Apuntes sobre el análisis de los recursos en la planificación de espacios turísticos rurales</p>	181
<p>ROSA MARÍA RODRÍGUEZ ARTOLA, RAFAEL LAPIEDRA ALCAMÍ El turismo como elemento clave en la dinamización de las zonas rurales</p>	203
<p>FRANCISCO LÓPEZ PALOMEQUE, JOAN ROMERO TORRES Desarrollo del ecoturismo en España: notas sobre el papel de los actores públicos y privados en las etapas de su evolución</p>	215

ANÁLISIS DE ESPACIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

<p>SALVATORE BIMONTE Preferenze ambientali e comportamenti di scelta del turista balneare: il caso di Follonica</p>	241
<p>ENRIQUE MONTÓN CHIVA, JOSÉ QUEREDA SALA Castellón, la segunda provincia más montañosa de España: ¿algo más que un lema turístico?</p>	265
<p>JOSÉ SANCHO COMINS Impronta de la función turístico-residencial en el paisaje costero de la Plana de Castelló: tres ejemplos ilustrativos</p>	289

JAVIER SORIANO MARTÍ Senderismo y turismo forestal. Els camins de fusta como recurso en la planificación rural	311
MARÍA JOSÉ VIÑALS Creación de los temas y el relato interpretativo para el turismo cultural de la ciudad de Valencia (España)	339
JORGE OLCINA CANTOS, CARLOS BAÑOS CASTIÑEIRA, ANTONIO OLIVA CAÑIZARES Planificación estratégica territorial para la gestión del riesgo natural en la Comunidad Valenciana: el ejemplo del Plan Vega Renhace	375
MOISÉS SIMANCAS CRUZ, DAVID GONZÁLEZ MEDINA La territorialización de las decisiones públicas: la ordenación del turismo en las «islas verdes» de Canarias	411
RUBÉN ALEJANDRO VILLAR-NAVASCUÉS, ANTONIO MANUEL RICO AMORÓS, MARÍA HERNÁNDEZ-HERNÁNDEZ Los sistemas de suministro de agua y la actividad turística en el litoral de Alicante	437
ROSARIO NAVALÓN-GARCÍA Evaluación del potencial de los recursos turísticos en la escala local. Aplicación en el municipio de Guardamar del Segura (Alicante)	467
VÍCTOR RUIZ-ÁLVAREZ, RUBÉN GIMÉNEZ-GARCÍA, CAYETANO ESPEJO-MARÍN, RAMÓN GARCÍA-MARÍN Turismo religioso y espiritual: Implementación de nuevos caminos de peregrinación hacia Caravaca de la Cruz (Región de Murcia)	495

PRÓLOGO

JUAN JOSÉ FERRER MAESTRO
Universitat Jaume I

En algún momento, a finales de los años 90, siendo yo vicerrector de infraestructuras de la UJI, recibí una llamada del profesor Diego López en la que me expuso la necesidad de mejorar las instalaciones en las que llevaba a cabo su trabajo de investigación, y que servían además como sede castellonense de la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos. Aquel espacio ocupaba una sala del palacete conocido como Villa Elisa, una ostentosa edificación inaugurada en 1942, que goza plenamente de su privilegiada situación abierta a las refrescantes brisas y excelentes vistas marineras en el extremo septentrional de las playas de Benicàssim. En la época a la que me refiero, el palacete había pasado a formar parte del patrimonio municipal benicense, y no era solo el aprovechamiento que de él hacía nuestro recordado Diego, pues la Universidad programaba eventos académicos, especialmente los muy solicitados cursos de verano, a pesar de las deficientes condiciones del recinto. Es justo aclarar que desde 2019, tras una adecuada restauración, Villa Elisa ha recuperado esplendor y vida con los variados actos socioculturales que acoge.

Diego pretendía con su llamada, no solo advertirme de las necesidades, relatándolas una a una, pues consideraba que yo debía trasladarme al lugar para observarlas y ser consciente de ellas. Recuerdo vagamente que en nuestra conversación telefónica le expuse que la Universidad no podía intervenir en un bien ajeno y le aconsejaba que contactara con el ayuntamiento. Ingenuo de mi llegué a pensar que dando esa respuesta veraz dejaba resuelto el tema, pero, ah, no contaba con la capacidad convincente de mi interlocutor. Fue tal la vehemencia con la que argumentó e insistió en mi visita que, finalmente, tuve que comprometerme a ella. Esa capacidad de persuasión acompañó siempre a Diego en todas las materias de su responsabilidad. Se entrevistaba con quien fuera necesario para conseguir objetivos en el ámbito académico de su competencia y lo hacía de un modo razonable, pero también incansable.

Nuestra relación no sobrepasó nunca el ámbito académico, pero puedo asegurar que, dentro de este, fluía entre nosotros un entendimiento firme y una plena confianza mutua. Pasados los años retomé obligaciones de gestión y pasé a dirigir el Departamento de Historia, Geografía y Arte. Ahí se retomó e intensificó aquella confianza, y aumentaron las charlas y las visitas a mi despacho. Fue una etapa que tuvo dos direcciones fundamentales. Una tuvo que ver con la consolidación de nuevas figuras docentes e investigadoras en su área. Aquí surgió la figura de Juan Bautista Ferreres, un joven leal e incansable, doctorando de Diego y habitual colaborador en sus trabajos científicos. Su estabilización en el Departamento fue un justo objetivo, y Diego lo celebró como algo propio. La otra fue el resultado de aquellas charlas que trascendieron más de una vez lo estrictamente profesional –como ocurre en muchas ocasiones cuando se asume la responsabilidad de un departamento con todas sus complejidades personales– y las confidencias crearon un clima de cordialidad que sirvió para reforzar aquella confianza. Siempre fuerte, siempre resuelto, Diego era capaz de levantar el ánimo de sus interlocutores, incluso en los momentos más duros.

En diciembre de 2021, sus hijos hicieron entrega formal de su fondo bibliográfico a nuestra Universidad. Con la presencia de la rectora y otras autoridades académicas tuvo lugar un sencillo acto que sirvió para glosar en tono muy cercano la figura del padre. Allí surgió la idea de llevar a cabo un homenaje académico del profesor López Olivares plasmado en una publicación en la que pudieran participar los colegas más cercanos al personaje, colaboradores y amigos muchos de ellos. He de reconocer que tuve que ver con esa propuesta y, consecuentemente, me brindé a colaborar con Juan Bautista Ferreres, el hombre que mejor llegó a conocerlo, heredero de su legado académico y, por tanto, la persona que conocía el ámbito científico en el que ambos militaban. Es por eso por lo que estas breves líneas quieren recordar la figura de Diego, su incansable actividad, su optimismo sin desaliento y las prolongadas charlas que mantuvimos. Pero también justifican qué hace aquí un catedrático de Historia Antigua a manera de *outsider* en el homenaje a un prestigioso investigador en el ámbito de la geografía y el turismo. Se llama desinteresada colaboración, pero también compromiso, el adquirido con sus hijos para llevar este proyecto a buen puerto. Para ello hemos contado con el soporte principal de nuestro Departamento de Historia, Geografía y Arte, la ayuda inestimable del Vicerrectorado de Cultura, Laboratorio de Estudios, Ordenación y Planificación de Espacios Turísticos y el buen hacer profesional del Servicio de Publicaciones de la UJI. Pero el esfuerzo y el tesón de Juanba Ferreres merece especial agradecimiento, sin él nada de este habría sido posible. *Gratias ago tibi amicus.*

INTRODUCCIÓN

JUAN BAUTISTA FERRERES BONFILL
Universitat Jaume I

Conocí al profesor Diego López Olivares cuando era coordinador de la sede de Castellón de la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos, coincidiendo con la celebración en Benicàssim de los cursos de verano que se impartían en la sede de esta Fundación ubicada en Villa Elisa, hasta su fallecimiento el 26 de mayo de 2018. Han sido más de veinte años de aprender constantemente y formarme a su lado, primero en la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos y de manera paralela en los estudios de doctorado llevados a cabo en la Universitat Jaume I. Con posterioridad en el Laboratorio de Estudios, Ordenación y Planificación de Espacios Turísticos de esta universidad, junto con otros compañeros y compañeras a través de la participación en los proyectos y contratos de investigación desarrollados por el Gabinete de Estudios Turísticos, grupo de investigación del cual Diego López fue coordinador. Francamente, ha sido una oportunidad compartir buena parte de la trayectoria académica y personal de Diego, lo cual es muy difícil de olvidar.

El título de este libro, LA VISIÓN INTEGRADORA DEL TURISMO DESDE LA GEOGRAFÍA, responde a la preocupación académica de Diego, plasmada en sus principales líneas de trabajo. Con relación a ella, es de destacar la contribución que realiza Fernando Vera Rebollo en transmitir el compromiso de Diego, como geógrafo, con la identidad y el valor del territorio. En este sentido, resalta, de la vertiente docente de su trayectoria académica, la cercanía al alumnado y el compromiso en transmitir su conocimiento integrando al territorio y la sociedad local, desde el enfoque geográfico; al igual que la preocupación de Diego por plasmar la transversalidad del turismo en el territorio, y el papel de la geografía en los estudios universitarios en turismo de la Universitat Jaume I, conformándose en un área fundamental en el Grado en Turismo. Destaca de su trayectoria investigadora, la contribución a la ordenación y planificación de los espacios turísticos, a sus impactos, así

como en plasmar sus potencialidades de desarrollo en base a los recursos turísticos, desde un enfoque integrado; dando así más razón de ser al carácter transversal de esta actividad y al hecho de que el turismo forme parte de un espacio de destino, como ámbito de referencia territorial, compartido con otros usos y actividades, lo que supone incidir en un modelo de desarrollo en el que prevalezca el equilibrio y la sostenibilidad. Esta capacidad de entender el turismo llevó a Diego López a coordinar iniciativas en materia de cooperación al desarrollo, entre las que destacó el proyecto de desarrollo integrado turístico y humano para la región del norte de Nicaragua (Estelí-Las Segovias).

Dando continuidad a la contribución de Fernando Vera, dos textos conforman la primera sección de este libro, enfocados también a la persona de Diego como geógrafo dedicado al conocimiento del turismo desde una visión transversal y enfoque interdisciplinar. Ambas son compartidas por Enrique Torres Bernier, quien recuerda, durante el tiempo que compartieron responsabilidades en la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) y en las reuniones del Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa, del cual Diego fue director desde 2006 hasta 2017, la necesaria integración de las distintas visiones del turismo, muy especialmente desde la geografía y la economía, y avanzar en sus contenidos teóricos y aplicados.

La preocupación y el compromiso institucional de Diego con la geografía, y de manera especial con la geografía del turismo, ha sido extraordinaria y constante. Así queda reflejado en la contribución que Asunción Blanco, Macià Blázquez, Manuel de la Calle, Carmen Mínguez y Enrique Navarro dedican al paso de Diego por el Grupo de Turismo de la Asociación Española de Geografía, Grupo 10 de la AGE. Cabe remarcar su papel como anfitrión y fundador de este Grupo, ya que participó en su génesis a través del «Curso de Turismo y Territorio en el Estado Español», celebrado del 22 al 25 de febrero de 1990 en la Universitat de les Illes Balears, que se considera las I Jornadas del Grupo 10. Dos años después organizó, en Castelló de la Plana, las II Jornadas de Geografía del Turismo en las que fue constituido formalmente el Grupo 10, asumiendo la Secretaría-Tesorería. Este compromiso institucional continuó, más adelante, con la presidencia de la Comisión Permanente del Grupo 10 entre 2008 y 2012, y coincidió con un periodo de crisis y de consolidación de los actuales estudios universitarios de turismo, primero en grado y posteriormente en los postgrados oficiales, lo que supuso un incremento de la docencia en geografía del turismo.

Siendo conscientes en que no es un espacio que debe cobrar una excesiva extensión, a pesar de ello, es de obligada razón hacer referencia a dos investigaciones lideradas por Diego López a diferentes escalas espaciales. La primera se corresponde a un proyecto de investigación centrado en el desarrollo turístico para las comarcas valencianas, y que, junto con un trabajo de investigación en el marco del Laboratorio de Estudios, Ordenación y Planificación de Espacios Turísticos, posibilitó la elaboración en 1998 del libro *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Esta obra fue de referencia en los estudios universitarios de turismo, al dar respuesta a la pregunta de cómo pasar del inventario de los recursos turísticos a la definición de productos, a las estrategias para su desarrollo y a la delimitación de las unidades ambientales turísticas, para su ordenación y planificación. La segunda aportación fue de transferencia a través de la elaboración en 2001 del plan de desarrollo turístico integrado para el municipio de Benassal, destino pionero del turismo de salud en el interior castellonense, en el cual destacó el empeño de Diego en aplicar una metodología de planificación turística integrada. Ello supuso un verdadero reto, con un profuso trabajo de campo, que marcó una forma de articular desde la perspectiva geográfica del turismo un instrumento de planificación y paralelamente aproximar el conocimiento de la Universidad hacia la sociedad en la gestión de un destino turístico. Este trabajo sentó las bases para posteriores iniciativas en materia de planificación turística, implementadas en diversos ámbitos territoriales y destinos turísticos desde el Gabinete de Estudios Turísticos.

A esta perspectiva geográfica del turismo, plasmada en métodos, enfoques y procesos, se dedica la segunda sección de este libro de homenaje. Así, en las siete aportaciones que la conforman, Jean-Pierre Lozato-Giotart parte de la visión geográfica del desarrollo turístico en el contexto de la globalización, para descender hacia metodologías, por una parte, de análisis reputacional de destinos turísticos propuesta por Obdulia Monteserín, y por otra, en el análisis de los recursos turísticos para la planificación de espacios turísticos rurales por Josep Ivars. De calado conceptual, sobre la proyección de los elementos que integran un destino turístico, es el texto de Juan Ignacio Pulido y Jairo Casado. En esta sección Salvador Anton aporta una contribución relativa a los retos de los espacios litorales urbanizados por y para el turismo; por su parte, Rosa Rodríguez y Rafael Lapiedra centran su texto en la función del turismo como elemento de dinamización del espacio rural; y Francisco López Palomeque y Joan Romero Torres al papel que

desempeñan los actores públicos y privados en la evolución de una tipología turística, como es el ecoturismo en España. Estas tres contribuciones se enmarcan en el actual contexto de transición en múltiples aspectos.

Así, la visión integradora junto con el componente territorial ha caracterizado la aportación de Diego al ámbito de la investigación aplicada en turismo, y de manera especial en el espacio castellonense. Es precisamente este espacio turístico y su desarrollo residencial, y de manera pormenorizada el referente al litoral, el que fue objeto de estudio en su tesis doctoral. A esta visión se dedica la tercera sección del libro, enfocada en el análisis de espacios y destinos turísticos. De ahí, que la primera aportación se centre en el espacio litoral, en la que Salvatore Bimonte presenta los resultados de un estudio sobre las preferencias ambientales y conductas de elección del turista de sol y playa en un destino de la costa meridional de la Toscana. A partir de ella se incorporan aportaciones enmarcadas en la provincia de Castelló. Sobre este marco espacial Enrique Montón y José Quereda, desde un enfoque de análisis a través del SIG y bases de datos espaciales, centran el objetivo de su contribución en corroborar o no el carácter montañoso de Castelló, que ha actuado como lema turístico. En la impronta sobre el paisaje litoral del desarrollo turístico-residencial, José Sancho Comins expone tres ejemplos ilustrativos en la Plana de Castelló; y Javier Soriano plasma su contribución a través del estudio sobre «els camins de fusta» como recurso en la planificación del espacio rural para el senderismo y el turismo forestal. El espacio urbano como escenario para el turismo es objeto de estudio por María José Viñals en la ciudad de Valencia a través de la creación de temas y el relato interpretativo para el turismo cultural. La atención al espacio litoral queda plasmada en contribuciones que centran su objeto de estudio por parte de Rubén Villar, Antonio Rico y María Hernández en el sistema de suministro de agua, aplicado a destinos turísticos del litoral de Alicante. A escala local, en la evaluación del potencial de los recursos turísticos, realizada por Rosario Navalón en Guardamar del Segura. En el proceso de territorialización de las decisiones públicas Moisés Simancas y David González focalizan su contribución hacia la ordenación del turismo en las «islas verdes» de Canarias, en referencia a las islas occidentales. Es de destacar también desde la visión supramunicipal e integradora la contribución que realizan Jorge Olcina, Carlos Baños y Antonio Oliva acerca de la planificación estratégica territorial encaminada a la gestión del riesgo natural de la Comunitat Valenciana y su aplicación a la Vega Baja del Segura a través del Plan Vega Renhace, para la adaptación al cambio climático y

mejorar la resiliencia de este espacio frente a eventos extremos; al igual que sobre los caminos de peregrinación hacia Caravaca de la Cruz, plasmada en la contribución realizada por Víctor Ruíz-Álvarez, Rubén Giménez-García, Cayetano Espejo-Marín y Ramón García-Marín, enmarcada en el producto de turismo religioso y espiritual.

La aportación de Diego López a la geografía del turismo fue amplia y reconocida por su rigor, respeto a la profesión y su gran calidad humana. De ahí, la correspondencia de esta obra, de temática amplia, pero vinculada al espacio, objeto de estudio, y relacionada con líneas de su trabajo académico, la cual se ha reflejado en las aportaciones de compañeros y compañeras de las áreas de la geografía, y la economía aplicada.

Francamente, sin el firme compromiso de Juan José Ferrer con la familia de Diego, tras la donación del fondo bibliográfico a la Universitat Jaume I, y su empeño de manera desinteresada y desde el primer momento para que esta obra haya llegado a buen puerto, difícilmente podríamos corresponder a través de ella a este homenaje académico a Diego. Mi más sincero agradecimiento, Juanjo.

Es nuestro deseo, agradecer, de manera muy especial, a Fernando Vera por transmitir con un particular cariño y afecto la trayectoria académica de Diego y por la constante atención que nos ha compartido. Nuestro más que sincero agradecimiento, Fernando, por tu preocupación y estar siempre a nuestro lado. Un agradecimiento que lo hacemos extensible como coordinadores a todos los autores que habéis participado con vuestras contribuciones a este homenaje académico a un gran profesor y a una buena persona.

DIEGO LÓPEZ OLIVARES: EL COMPROMISO DE UN GEÓGRAFO CON LA IDENTIDAD Y EL VALOR DEL TERRITORIO

FERNANDO VERA REBOLLO
Universidad de Alicante

1. TRAYECTORIA ACADÉMICA DEL PROFESOR DIEGO LÓPEZ OLIVARES

La trayectoria académica del profesor Diego López Olivares, truncada prematuramente tras casi cuatro décadas de recorrido, integra facetas diferentes y siempre fructíferas, que abarcan desde su dedicación a la docencia junto con una meritoria labor investigadora y de transferencia del conocimiento, sin dejar de lado el desempeño de tareas de gestión.

En el ámbito de la docencia, cuenta López Olivares con una primera etapa, como encargado de curso de la Universidad de Valencia, dedicado al magisterio en la Escuela Universitaria de Formación del Profesorado de Castellón, que llega, como director, hasta 1991. Desde ese año, con la creación de la Universitat Jaume I, pasa a desempeñar su docencia en el Departamento de Historia, Geografía y Arte, en la Licenciatura en Humanidades y, desde 1998, en los estudios de turismo, a los que dedicó su tiempo y esfuerzo durante bastantes años, llegando incluso a ser el director de la titulación entre 1998 y 2005.

En esta vertiente docente fue un profesor que destacó por su cercanía al alumnado y su compromiso a la hora de transmitir sus conocimientos sobre

la realidad y la identidad del territorio y la sociedad local, desde el enfoque de la geografía. Del mismo modo que le preocupaba explicar a sus alumnos el carácter transversal del turismo, con una visión apasionada del tema que orientó siempre su forma de entender la disciplina y que consiguió trasladar al plan de estudios universitarios en turismo de la Universitat Jaume I, consolidándose así la geografía como área esencial dentro del Grado en Turismo y, de manera concreta, en el itinerario de gestión pública del turismo. De este modo, el interés de su enfoque académico y el propio talante de Diego López, siempre abierto al entendimiento, le llevaron a desempeñar un papel clave en la consolidación de los estudios de turismo en la UJI y en el lugar que ocupa la geografía, dentro del elenco de materias que intervienen y dan forma al plan de estudios.

Relacionada con su vertiente docente, una actividad especialmente significativa del profesor López Olivares fue su participación en un grupo de expertos, de diferentes disciplinas científico-sociales, que en la década de 1990 afrontaron el reto de integrar los estudios de turismo en la universidad, ante la situación de desequilibrio entre una posición de liderazgo del país en turismo y las carencias en materia de formación e investigación turística. Este grupo de trabajo multidisciplinar tenía como objetivo otorgar a la formación superior y a la investigación turística, en España, el rango que le correspondía, tal y como se refleja en un artículo titulado *La formación interdisciplinar en los nuevos estudios de Turismo*, publicado en 1995, en la revista *Estudios Turísticos*. Así, en el ámbito de la formación, un primer paso fue la creación, a mediados de los noventa, de una Diplomatura en Turismo, integrada en la relación de títulos universitarios desde 1996, junto con una oferta de cursos de posgrado y titulaciones propias que trataron de cubrir las necesidades de formación especializada en esta materia. Es en ese contexto como se entiende el papel de Diego López Olivares impulsando los estudios de turismo en la UJI, en consonancia con la importancia estratégica del turismo en la realidad de nuestro país y, en este caso, en la provincia de Castellón.

1.1. Líneas de investigación: el turismo desde una dimensión integrada

Tras una larga etapa marcada por la escasa consideración del turismo en universidades y centros de investigación, el turismo, como objeto de

investigación, se ha ido consolidando, a medida que se han ido abriendo nuevas perspectivas y enfoques para el conocimiento de esta actividad, desde las ciencias sociales, y sus efectos en el territorio, la economía y la sociedad. Este avance discurre en paralelo a los logros de la formación turística en España, vertiente que está claramente relacionada con la trayectoria en la investigación en la materia.

En este proceso evolutivo se enmarca la tarea investigadora de Diego López, centrada en la aportación, desde la geografía, a la ordenación y planificación de los espacios turísticos, a sus impactos y a sus potencialidades de desarrollo. Una tarea que se entiende desde la propia evolución de la actividad turística en España y el modo en que los procesos de cambio en el turismo justifican nuevos enfoques y cambios de paradigma para abordar el estudio del tema en sus diferentes manifestaciones.

La labor investigadora del profesor López Olivares arranca en los años ochenta, en un contexto en el que la geografía del turismo evolucionaba desde los planteamientos más tradicionales, propios de la geografía turística y dedicados a la explicación de los factores propulsores del turismo y a la descripción de los lugares orientados a esta actividad, para dejar paso a una preocupación centrada en los procesos de cambio territorial y socioeconómico asociados a la implantación de la actividad turística en los espacios de destino.

De este modo, se producía en la geografía una evolución desde los primeros planteamientos, de corte más descriptivo y centrados en recursos e itinerarios, a las monografías territoriales que incorporaron el turismo como una actividad clave para entender la organización del espacio, a diferentes escalas, para llegar a la explicación, desde el turismo, del sistema de relaciones que atribuyen su sentido a un territorio, así como de las contradicciones y conflictos que conlleva su implantación y desarrollo (Valenzuela Rubio, López Palomeque, Marchena Gómez y Vera Rebollo 1992).

Fue esencial en este proceso la influencia de autores franceses, como J. M. Miossec, D. Clary, J. L. Michaud y, especialmente, G. Cazes, en tanto sus obras contribuyeron a perfilar nuevas orientaciones en la investigación sobre los espacios del turismo y el impacto en las sociedades receptoras. A lo que contribuyeron también significativamente las visiones críticas de sociólogos como Francisco Jurdao Arrones y Mario Gaviria y, desde el exterior, la influencia de las obras de Turner, J. Ash, V. Smith y E. de Kadt. Del mismo modo que, desde la economía, influían los trabajos de Joan Cals y Enrique Torres Bernier, contextualizando el papel del turismo en el modelo

de desarrollo, con sus potencialidades y limitaciones. En suma, influencias de otras disciplinas y la propia preocupación de los geógrafos permiten dar un nuevo sentido a la evolución y significado de los destinos turísticos, coadyuvando a abrir una nueva etapa en el conocimiento geográfico del turismo que no tardaría en plasmarse en investigaciones, a distintas escalas, en las que se analizaba la configuración del espacio turístico y sus dinámicas, a la vez que sus impactos territoriales y ambientales y los efectos en la sociedad local.

Son estas las coordenadas en las que Diego López realiza su tesis de licenciatura, dedicada a los cambios territoriales y ambientales del turismo en Oropesa, en la cual analiza el proceso de transformación de un lugar de verano en un destino turístico, con una metodología que, aún más elaborada, ampliaría al resto de la provincia de Castellón en su tesis doctoral, publicada en 1989 por el Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Resultado de estas primeras aportaciones, López Olivares reafirma como una de sus premisas de trabajo la concepción integrada del turismo, que supone el entendimiento de esta actividad como parte de un modelo de desarrollo que habrá de ser equilibrado y sostenible. Esta visión integradora del turismo ha marcado buena parte de su trayectoria y es la razón de ser del GETUR, desde el entendimiento de la actividad turística no como un objeto en sí mismo, sino como parte del desarrollo sostenible, a partir de los diferentes elementos y componentes que integran y explican la dinámica que el turismo genera en un territorio. La misma integración en su grupo de investigación de compañeras/os de distintas disciplinas y áreas de conocimiento, testimonia la capacidad de Diego para entender el turismo desde una visión transversal e interdisciplinar. En la aplicación de esta visión transversal de la actividad turística ha sido decisivo el Laboratorio de Estudios, Ordenación y Planificación de Espacios Turísticos, el cual dirigió desde su creación en 1992, adscrito al Departamento de Historia, Geografía y Arte de la Universitat Jaume I.

A partir de este enfoque, desde la década de 1990, en el marco de su interés por el turismo litoral, centra su atención en la ordenación y planificación del medio litoral y su papel como recurso, y en la creación de productos turísticos de oferta complementaria, como parte del proceso de diversificación del modelo hegemónico de sol y playa. Pero, a la vez, inicia una nueva línea de trabajo dedicada al papel del turismo en los espacios rurales de Castellón, en clara correspondencia con el auge de nuevas modalidades de turismo en ámbitos de interior, mediante trabajos de investigación dedicados a la evaluación

y potencialidad de los recursos territoriales turísticos, al diagnóstico sistémico aplicado a áreas de interior y al desarrollo de productos turísticos en estos espacios: agroturismo, turismo de naturaleza, salud, turismo activo, etc.

Las aportaciones de Diego López se entienden desde la preocupación de la Geografía por los procesos de cambio que el turismo genera en el territorio y la consiguiente vulnerabilidad frente a las transformaciones que se producen. Por lo que adquiere relevancia como disciplina de síntesis para estudiar la actividad turística, desde una perspectiva integradora, cuyos resultados son de utilidad en la implementación de procesos de planificación y gestión (Ferrerres 2020).

Es así como la opción por las políticas y modelos turísticos integrados, además del análisis de tendencias de la demanda, sustenta la publicación por parte de Diego López de un artículo de referencia en el *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (BAGE)*, en 1999, mientras que la misma idea es aplicada a la planificación de áreas costeras ante el desbordamiento de procesos de corte inmobiliario, tal y como aparece en su aportación a Urbacost (Italia), en 2006.

En sus trabajos, es latente el objetivo orientado a la valorización del territorio, a partir de sus propios recursos, como fundamento del desarrollo turístico, es decir, la evaluación del potencial del patrimonio y de los recursos, desde nuevas perspectivas de consumo, línea en la que despuntó en sus aportaciones y que le valió notables reconocimientos científico-sociales, como ser profesor Erasmus en la Universidad de Siena. De hecho, sus textos sobre evaluación de recursos territoriales turísticos son una referencia metodológica obligada para los estudiosos del turismo, más allá incluso de la propia geografía. Desarrolla de este modo una línea de trabajo centrada en la importancia otorgada a los recursos, como base para la creación de productos turísticos y de experiencias para el consumidor, con una clara utilidad para la planificación de la actividad y su vertiente aplicada, que se desarrolla mediante metodologías de trabajo conducentes a la integración de los recursos en el proceso de configuración del producto, partiendo del diagnóstico del potencial turístico.

Como antecedente, se encuentran las indicaciones para planificadores, en cuanto al inventario de recursos turísticos y su clasificación con una finalidad operativa (OMT), pasando por los textos clásicos de la planificación turística, como el de C. A. Gunn, junto con investigaciones centradas específicamente en el inventario y evaluación de recursos turísticos, de indiscutible utilidad para gestores, planificadores e investigadores, entre las que

destacan los trabajos de Venancio Bote y F. Leno Cerro, a comienzos de los años 1990.

En estos trabajos, se trataba de analizar el potencial turístico-recreativo mediante metodologías dedicadas al inventario de recursos, para llegar a determinar su potencialidad, considerando que los recursos son la materia prima del destino o producto, es decir, se entienden como parte nuclear del sistema turístico, como señala López Olivares en su libro publicado en 1998 por el Servei de Publicacions de la UJI. Por tanto, el avance significativo se produce cuando, a partir de los inventarios y catalogaciones de recursos, como fundamento del diagnóstico de potencialidades turísticas de un lugar, se integra además el papel de otros factores, como los equipamientos o la accesibilidad. Una metodología que precisa en mayor grado cuando los inventarios de recursos se ponen en relación con las preferencias de los consumidores. Este es el paso esencial de López Olivares, en tanto le permite llegar a la concreción de índices de potencialidad turística para territorios, de indiscutible interés para los planificadores del turismo, o a la delimitación de unidades ambientales turísticas, como plantea en 2002, junto con Juan Bautista Ferreres, en la aportación al Coloquio de Geografía Rural de la AGE. Es en desarrollo de esta línea como llega a la evaluación analítica de recursos, cuya metodología de trabajo aparece en el libro sobre *Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Estudio de casos*, editado por Tirant lo Blanch en 2014. No obstante, insiste Diego López en que la valorización de esos recursos, como una de las acciones clave para la planificación de la actividad, debe hacerse desde supuestos básicos de sostenibilidad de los destinos turísticos. En suma, la idea de Diego es que los recursos patrimoniales deben integrarse en la dinámica turística como parte de su uso social. Pero esa integración ha de fundamentarse en una gestión eficiente y asegurando el uso sostenible y la protección de sus valores.

En el marco de esta línea de trabajo, con una evidente preocupación por la planificación de espacios turísticos, el magisterio de Diego se proyecta en la dirección de tesis doctorales referidas a turismo (véase tabla 1). La primera fue la del profesor Ferreres Bonfill, defendida en 2003, y que se centró en las transformaciones territoriales del litoral castellonense originadas por el producto de «sol y playa», ejemplificando un exhaustivo análisis de la realidad de este espacio turístico y su proceso de configuración en las coordenadas del modelo hegemónico de turismo costero. En 2010, la preocupación por los espacios turísticos del interior rural, concluyeron con la defensa de la tesis doctoral de Javier Solsona Monzonís, técnico de Turisme Comunitat

Valenciana, referida al desarrollo turístico en el espacio rural, mediante un riguroso análisis de la situación y prospectiva, que hizo extensiva al ámbito de la Comunitat Valenciana. Por último, en 2015, resultado del interés por analizar el turismo en diferentes entornos territoriales, tiene lugar la defensa de tesis de Ouafae Abdelouahab Reddam, dedicada al desarrollo turístico en los parques naturales del interior-norte de la Comunidad Valenciana.

Tabla 1. Tesis doctorales dirigidas por Diego López Olivares en la UJI

Autor	Título	Año
Juan Bautista Ferreres Bonfill	Las transformaciones territoriales del litoral castellonense originadas por el producto de «sol y playa»	2003
Javier Solsona Monzonís	Desarrollo turístico en espacio rural: análisis de la situación y prospectiva. Estudio aplicado a la Comunitat Valenciana	2010
Ouafae Abdelouahab Reddam	Desarrollo turístico en los parques naturales: análisis y prospectiva. Estudio aplicado a los parques naturales del interior-norte de la Comunidad Valenciana	2015

Fuente: CV de Diego López Olivares, formato Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología, 14/12/2017. Elab. Juan Bautista Ferreres.

Su condición de geógrafo queda reflejada en aportaciones como la que realiza sobre la Comunidad Valenciana en el *Atlas Nacional de España*, del Instituto Geográfico Nacional, dentro del volumen dedicado al turismo en espacios rurales y naturales, coordinado por J. Sancho Comins y F. Vera Rebollo. Resultado posterior de esta colaboración con el IGN, fue la coordinación del capítulo sobre turismo, dentro de la obra *España en mapas. Una síntesis geográfica*, del *Atlas Nacional de España* (2018), que constituye la aportación más reciente y exhaustiva sobre la variedad de espacios turísticos,

a distintas escalas, y refleja la propia diversidad de productos turísticos, en consonancia con la riqueza de recursos asociados al patrimonio natural y cultural del país. El resultado es un conjunto de mapas que permiten visualizar al tiempo que explican la heterogeneidad y las diferencias geográficas en la distribución espacial del turismo en España (López Palomeque, Vera-Rebollo, Torres Delgado e Ivars Baidal 2022).

Como afirma el profesor Juan Bautista Ferreres, discípulo y siempre colaborador de Diego López, la sistematización de los procesos turísticos es una constante en su tarea investigadora y define la esencia del Gabinet d'Estudis Turístics (GETUR), de la UJI, en el que integró distintas disciplinas y áreas de conocimiento, hasta catorce áreas diferentes, lo que denota su capacidad para entender el turismo desde una visión interdisciplinar. Desde esa estructura, se crea el Gabinet d'Estudis Turístics, con una notable actividad en publicaciones y proyectos de investigación

1.2. Proyectos y contratos de investigación: la aplicabilidad como preocupación esencial

La labor académica del profesor López Olivares se nutre de un alto grado de implicación y compromiso social, lo que le llevó a plasmar su preocupación en las tierras castellonenses y le motivó a participar y dirigir numerosos proyectos y estudios, con una finalidad aplicada y propositiva, para analizar el potencial de desarrollo de sus comarcas en relación con el turismo, la evaluación de recursos y la ordenación de esta actividad en su vertiente espacial. De este modo, Diego López participa en equipos de proyectos de I+D+i dedicados al desarrollo integral de comarcas y áreas rurales y a la ordenación de destinos del litoral, incluso en un proyecto Interreg.

Al mismo tiempo, despliega sus mayores capacidades creativas en contratos de investigación suscritos con entidades locales y que llegaron a tener, en algunos casos, una significativa capacidad de generar instrumentos para la planificación y gestión y que acreditan un sustrato de conocimientos y experiencias, así como el manejo de metodologías y herramientas de trabajo, aplicadas a los procesos de planificación del turismo en problemas como los límites al crecimiento de la actividad; o los conflictos de uso que genera la implantación del turismo, a diferentes escalas de referencia.

Entre los más significativos, destacamos el plan de desarrollo turístico de Benassal, en el que se define un modelo para la viabilidad del nuevo balneario de la Font d'en Segures, con la finalidad de reactivar el producto de salud, en las nuevas coordenadas de la demanda turística y de ocio. La metodología aplicada, referida al turismo de salud, es paradigmática de su enfoque del desarrollo turístico integrado, como se constata en dos artículos, publicados en 2003 y 2004, en la revista *Cuadernos de Turismo* y referidos al turismo de salud y a Benassal, de forma específica.

Otros planes donde se aplica la metodología propia del desarrollo turístico integrado a escala supramunicipal son el del Parque Natural de la Sierra de Espadán y el de los municipios del entorno del aeropuerto de Castelló; y, a escala local, los de Les Useres, Borriana y Fuentes de Ayódar, junto con los planes estratégicos de turismo de Onda, Alcalà de Xivert-Alcossebre y Castelló.

En cuanto al ámbito del turismo en destinos costeros, merecen especial atención sus aportaciones en los planes de ordenación de playas, como los de Vinaròs y Benicarló. Una línea en la que dedica especial atención a los procesos de antropización y sus efectos en las playas del norte de la Comunidad Valenciana, cuyo resultado aparece en el artículo publicado en *Cuadernos de Turismo*, en 2011.

Puede afirmarse que las aportaciones de Diego son una muestra significativa del interés por la vertiente más instrumental y aplicada de la geografía del turismo, a partir de su preocupación por integrar aspectos orientados a la planificación, la creación de nuevos productos, el papel del turismo en el desarrollo local y la gestión sostenible de destinos turísticos.

Todo ello desde su preocupación centrada en la sociedad local y el papel del territorio, escenario en el que se manifiestan los cambios asociados al turismo, en un proceso resultante de las interacciones de la actividad turística, como fenómeno de consumo social, con los lugares y su gente, como ámbito de implantación de la actividad. De ahí la preocupación por el modo de analizar y tratar de comprender el sistema turístico en toda su complejidad.

De este modo, la reputación académica de Diego López, derivada de sus publicaciones, justifica que varias revistas científicas solicitaran su tarea como evaluador. Entre otras, participó en *CIRIEC-España. Revista de Economía* Universidad de Valencia; *Annals of Tourism Research* (en español); *Cuadernos de Turismo*, de la Universidad de Murcia; *Cuadernos Geográficos*, de la Universidad de Granada; *Revista de Análisis Turístico*, de la AECIT; *Estudios Regionales*; y *Serie Geográfica*, de la Universidad de

Alcalá. Además de ser miembro del consejo asesor de revistas científicas como *Investigaciones Turísticas*, la referida *Annals of Tourism Research* (en español), *Papers de Turisme*, *Documentos de Trabajo de la Universidad de Alcalá*, *Ruralia*. *Centro Rural de Información Europea (CRIE)*, sin olvidar su presencia en *Millars. Espai i Història*, de la propia Universitat Jaume I.

El nivel alcanzado por López Olivares en la investigación, en los temas de su competencia, le valieron su participación como evaluador de proyectos de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEPE), del Ministerio de Ciencia e Innovación, así como su colaboración en procesos de evaluación de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL) y de proyectos I+D+i de la Agencia Valenciana del Turisme.

La misma dinámica y proyección de su labor investigadora y su inquietud por consolidar los estudios especializados de turismo, desde la década de los años 90, llevan a Diego López a participar activamente en entidades creadas a tal efecto, como fue la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos, entidad surgida por iniciativa del antiguo Institut Turístic Valencià, junto con la Universidad de Alicante, la Universitat de València y la Universitat Jaume I. Se trataba de un centro de investigación en el que la Administración y la Universidad sumaron esfuerzos para mejorar la calidad del sector turístico, desde el impulso a la investigación y la docencia universitaria. De hecho, las acciones iniciadas sirvieron para abrir nuevas líneas de investigación, contribuyendo a aportaciones metodológicas e innovación en los estudios referidos a gestión de empresas turísticas y planificación de destinos y áreas turísticas, con un balance final que demuestra la utilidad y sentido que tuvo este centro en el que Diego participó decididamente desde su creación, desempeñando la coordinación de la sede de Castellón, situada en Benicàssim, a mediados de los años 90.

Al mismo tiempo, la dinámica de trabajo lleva a Diego López a integrarse en la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), una asociación multidisciplinar creada en los primeros años noventa y centrada en el turismo, como objeto de conocimiento, que llegó a representar la vanguardia en la investigación sobre esta materia en España, durante más de dos décadas, y de la que Diego López llegaría a ser vicepresidente y director de su Centro de Documentación (CEDITUR), además de participar activamente en la coordinación del volumen anual dedicado a la actividad turística española (editado anualmente, durante años, por el Centro de Estudios Ramón Areces) y en la redacción de apartados sobre el estado de la cuestión, las claves de la actividad y los retos y oportunidades, desde el año 2006 a 2009,

así como en el libro colectivo titulado *20 retos para el turismo en España*, publicado por Pirámide, en 2015.

En el ámbito de la geografía española, Diego López ejemplifica un decidido empeño por otorgar el papel que le correspondía a la investigación y conocimiento geográfico del turismo, cuando esta rama debía abrirse paso entre otras más clásicas y consolidadas de la geografía. Ello explica su actividad en aras de la creación de un grupo de trabajo específico dentro de la AGE, incluso le lleva a auspiciar la reunión en la que se constituye el denominado Grupo 10, Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, que tuvo lugar en Castellón, en 1989. Años después, Diego López fue nombrado presidente del referido grupo, cargo que ocupó entre 2008 y 2012, lo que dejó su impronta en los congresos y publicación de resultados.

La preocupación de Diego por la aportación de la geografía al conocimiento científico del turismo se plasma en un interesante artículo, publicado en la revista *Papers de Turisme*, en 1993, sobre el papel del geógrafo en la formación y la planificación turística.

1.3. El turismo en la cooperación al desarrollo

En consonancia con las líneas de investigación desarrolladas por López Olivares, hay una faceta especialmente destacable de su trayectoria que se centra en su participación en programas y proyectos de cooperación al desarrollo, sobre la base de las potencialidades del turismo.

De este modo, pone en marcha el proyecto de desarrollo integrado turístico y humano para la región del norte de Nicaragua (Estelí-Las Segovias), financiado por la Generalitat Valenciana, cuyos resultados aparecen en el artículo que dedica al modelo turístico de carácter sistémico e integrado, como facilitador del desarrollo en los países centroamericanos, centrado en el caso de Estelí-Nueva Segovia, en Nicaragua, publicado en la revista *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, en 2006, así como un análisis más general del turismo en este país que publica en *Eria*, en esa misma época. Si bien como síntesis de sus experiencias sobre turismo en Nicaragua, es particularmente relevante el artículo que publica, en 2014, con el título «A Model for Sustainable Tourism Development in Inland Latin American Areas: The case of the Northern Region of Nicaragua», que aparece en la revista *Journal of*

Tourism and Hospitality Management, dando buena prueba del interés que suscitaba su trabajo en la comunidad internacional.

En la misma línea, con la financiación de la Agencia Española de Cooperación Internacional, en 2006, lleva a cabo el proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo en Perú, codirigido por el Gobierno peruano, que culminaría con la conferencia «El turismo rural como instrumento de desarrollo en la ordenación y planificación turística integrada en el medio rural». De estos resultados surgió su participación en el programa de turismo rural comunitario y ecoturismo, materializado en el diseño de los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú, aprobados por resolución ministerial y que ejemplifican el interés y alcance del referido proyecto. Resultado de las experiencias de ecoturismo comunitario en Perú es precisamente su artículo publicado en *Annals of Tourism Research* (edición en español), en 2009.

La línea de participación en este tipo de proyectos se reafirma con su participación como consultor externo de la Organización Mundial del Turismo, a través de su Secretaría Regional para las Américas, para realizar trabajos en coordinación con los Gobiernos de Colombia y Perú.

Como reflexión sobre sus trabajos sobre turismo en el ámbito de América Latina, ya había publicado, en 2010, un capítulo dentro del libro *Integrated relational tourism*, en Italia, titulado «A model for sustainable tourism development in Inland Latin American areas». Además, el resultado de su práctica profesional y académica en estos programas y su repercusión suponen su nombramiento en 2009, como profesor honorario de la Universidad Ricardo Palma de la República del Perú. Del mismo modo que se le requiere como miembro del grupo de expertos en turismo de la Organización Mundial del Turismo, como participante en el Barómetro de la OMT del Turismo Mundial. Asimismo, fue invitado por la embajada de Canadá en Cuba y por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.

1.4. El Congreso Internacional Turismo, Universidad-Empresa de la UJI

La intensa actividad desplegada por Diego López Olivares en estudios y proyectos sobre turismo, junto con su deseo de llevar el conocimiento sobre el tema a la UJI y a Castellón, le impulsan a ser parte esencial de la puesta en marcha de un evento que pronto se convertiría en referencia. De este

modo, surge el Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa, cuya primera edición data de 1998, y que no tardaría en consolidarse como una de las citas obligadas en el ámbito académico, para estudiosos y también para profesionales del sector, como atestigua el hecho de haber alcanzado su edición XXV en 2022 y ser uno de los eventos clave para conocer el estado de la investigación sobre turismo, dentro y fuera de España.

Los temas tratados en este Congreso (véase tabla 2) han ido abarcando distintos aspectos de la realidad del turismo, en consonancia con los retos y nuevos escenarios que se han ido presentando en esta actividad. Desde la comercialización, pasando por la gestión de organizaciones, la movilidad, el territorio, los modelos de gestión de destinos, la tributación, el capital humano hasta los nuevos paradigmas surgidos tras la covid-19. Desde su primera edición, las actas del congreso son editadas por Tirant lo Blanch, en València, en forma de excelentes libros que forman parte fundamental de la bibliografía sobre turismo. En ese sentido, la labor de Diego, que fue director del Congreso desde 2006 (IX edición) hasta 2017 (XX edición), resultó esencial, contando con el comité científico y organizador y con el apoyo de la Fundación Universidad-Empresa junto con Turisme Comunitat Valenciana y la Diputació de Castelló, lo que le valió un notable reconocimiento entre los estudiosos del turismo.

Tabla 2. Congreso de Turismo Universidad-Empresa, Universitat Jaume I, Castelló de la Plana. Ediciones y temáticas tratadas

Edición	Año	Título del Congreso
I	1998	Organización administrativa, calidad de servicio y competitividad empresarial
II	1999	Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza
III	2000	Municipios turísticos. Tributación y contratación empresarial. Formación y gestión del capital humano
IV	2001	La diversificación y la desestacionalización del sector turístico

Edición	Año	Título del Congreso
V	2002	La calidad integral del turismo
VI	2003	Turismo cultural y urbano
VII	2004	Salud, deporte y turismo
VIII	2005	Turismo en espacios rurales
IX	2006	Turismo en los espacios litorales: sol, playa y turismo residencial
X	2007	Turismo de negocios y reuniones: convenciones, congresos e incentivos
XI	2008	Innovación, creatividad, nuevos modelos de gestión
XII	2009	Turismo y gestión de espacios protegidos
XIII	2010	Renovación de destinos turísticos consolidados
XIV	2011	La diferenciación y la segmentación de los mercados en destinos turísticos
XV	2012	Las nuevas tendencias y tecnología en la comercialización de productos turísticos
XVI	2013	Espacios de ocio y deporte como dinamizadores turísticos
XVII	2014	Del territorio al destino turístico: retos y claves de éxito
XVIII	2015	Turismo y movilidad: interrelaciones y nuevas oportunidades
XIX	2016	Sostenibilidad en los modelos actuales de gestión turística
XX	2017	Gobernanza y participación en la gestión sostenible de destinos turísticos

Edición	Año	Título del Congreso
XXI	2018	Turismo y desarrollo en los espacios rurales de interior
XXII	2019	Turismo eres tú: el valor de las personas
XXIII	2020	Turismo: nuevo paradigma tras la covid-19
XXIV	2021	Turismo con R mayúscula: reconstruyendo, reactivando y redirigiendo. El sector turístico hacia un nuevo tiempo.
XXV	2022	1998-2022, 25 años de transformación turística: mirando al futuro con garantías

** El profesor Diego López Olivares fue director del Congreso desde la edición IX (2006) hasta la XX edición (2017), y falleció antes de la celebración del XXI Congreso. Desde ese momento, la dirección la desempeña el Dr. Rafael Lapiedra.

Fuente: Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa, UJI. Elab. propia.

En esta trayectoria de López Olivares hay que hacer mención a su pertenencia a comités de expertos científicos, atendiendo a su especialización y conocimientos, entre los que cabe destacar su desempeño como miembro del panel de expertos del Proyecto «Promoción y apoyo al turismo integrado en regiones rurales desfavorecidas de Europa» (SPRITE) financiado por la Unión Europea (FAIR Programme). Unidad de Desarrollo Rural y Evaluación de Políticas Europeas de la Universitat de València.

De igual modo, es destacable su colaboración en el informe anual sobre el estado de la investigación, el desarrollo y la tecnología en la Comunidad Valenciana, que dirigió el profesor Santiago Grisolia en el año 1999.

Ya en fechas más recientes, fue también nombrado miembro del Comité Científico del International Congress «Transversal Tourism an Landscape», organizado por la Universitat Politècnica de Catalunya y la Universidad de Málaga.

Del mismo modo que fue relevante su aportación como director de cursos, postgrados y congresos llevados a cabo en la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos, la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo,

la Universidad Internacional de Menorca Illa del Rei (UIMIR), la Universidad del Norte de Nicaragua, así como la dirección del curso de doctorado y estudios avanzados de carácter interuniversitario sobre Turismo y Territorio del Institut Joan Lluís Vives y su papel como director del Máster de Financiación y Gestión de Recursos Turísticos.

En apretada síntesis final, la trayectoria académica del Dr. Diego López Olivares refleja una dedicación entusiasta a la docencia, así como un legado de aportaciones relevantes a la investigación y a la transferencia del conocimiento, con un evidente sentido de compromiso social y de servicio ante los retos derivados de su entorno. Queda, asimismo, el recuerdo de su capacidad para la gestión, sobre la base de una gran responsabilidad y lealtad institucional. Logros académicos que, unidos a su bonhomía, dejan un recuerdo imborrable de Diego López para los que tuvimos la suerte de tratarle y compartir con él parte de esa trayectoria.

Mi gratitud por esta iniciativa a la Universitat Jaume I y, en especial, a los profesores Juan José Ferrer Maestro y Juan Bautista Ferreres Bonfil. Hace más de tres décadas, tuve el honor de prologar el libro que recoge la tesis doctoral de Diego López Olivares, y ahora me siento honrado por el privilegio que supone introducir el presente libro con estas breves líneas de sentido homenaje al colega y amigo.

REFERENCIAS

- Ferreres Bonfill, Juan Bautista. 2020. «Reseña. De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de procesos de cambio generados por el turismo». *TERRA. Revista de Desarrollo Local* 6: 384-390. DOI 10.7203/terra.6.17003.
- López Palomeque, Francisco, José Fernando Vera-Rebollo, Anna Torres Delgado y Josep Antoni Ivars Baidal. 2022. *El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario*. València: Publicacions de la Universitat de València (PUV).
- Valenzuela Rubio, Manuel (coord.), Francisco López Palomeque, Manuel Jesús Marchena Gómez y José Fernando Vera Rebollo. 1992. «Geografía del turismo y del ocio». En *La Geografía en España (1970-1990). Aportación Española al XXVII Congreso Internacional de la UGI*. Barcelona: Fundación Banco Bilbao Vizcaya.

ANEXO

Publicaciones científicas del profesor Diego López Olivares

Artículos en revistas

Autor	Año	Título	Revista
López Olivares, D.	1983	Estudio sobre la demografía histórica de Orpesa	<i>Boletín de la Sociedad Castellonense de Cultura</i> , 59(3), pp. 356-367
Quereda Sala, J. y López Olivares, D.	1986-87	Oscilaciones del nivel marino de Castellón	<i>Millars. Espai i Història</i> , 11, pp. 7-16
López Olivares, D.	1993	El papel del geógrafo en la formación y la planificación turística	<i>Papers de Turisme</i> , 11, pp. 93-110
López Olivares, D.	1995	La formación interdisciplinar en los nuevos estudios universitarios de turismo	<i>Rev. Estudios Turísticos</i> , 128, pp. 151-155
López Olivares, D.	1998	Características del desarrollo turístico castellonense y el proceso metodológico en la planificación de sus espacios turísticos	<i>Revista Valenciana d'Estudis Autònoms</i> , 22, pp. 103-128
López Olivares, D.	1999	Las tendencias de la demanda y las políticas turísticas integradas, como instrumentos de revitalización de los espacios rurales españoles de interior	<i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i> , 28, pp. 61-83

Autor	Año	Título	Revista
López Olivares, D.	2001	La evaluación de los recursos territoriales turísticos de las comarcas del interior castellonense (Comunidad Valenciana)	<i>Investigaciones Geográficas</i> , 25, pp. 135-153
López Olivares, D.	2002	El desarrollo urbanístico en las áreas turísticas del litoral valenciano: El caso del norte de las tierras castellonenses	<i>Cuadernos de Geografía</i> , 71, pp. 51-76
López Olivares, D.	2003	La evaluación de los recursos territoriales turísticos de carácter básico: El caso de las playas del norte de la Comunidad Valenciana	<i>Investigaciones Geográficas</i> , 32, pp. 113-137
López Olivares, D.	2003	El desarrollo turístico integrado en los espacios rurales de interior: Su aplicación al producto de salud	<i>Cuadernos de Turismo</i> , 11, pp. 107-126
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2004	Propuestas de desarrollo turístico integrado para un destino maduro de turismo de salud: Benassal	<i>Cuadernos de Turismo</i> , 13, pp 27-49
López Olivares, D.	2005	Cambios y transformaciones en el modelo turístico español	<i>Annals of Tourism Research en Español</i> , 7 (2), pp. 423-446
López Olivares, D. y Obiol Menero, E.	2005	El turismo en Nicaragua un análisis territorial contemporáneo	<i>Eria</i> , 67, pp. 209-218

Autor	Año	Título	Revista
López Olivares, D.	2006	El modelo turístico de carácter sistémico e integrado como facilitador del desarrollo en los países centroamericanos: El caso de Nicaragua (Estelí-Nueva Segovia)	<i>Documents d'Anàlisi Geogràfica</i> , 47, pp. 69-91
López Olivares, D., Ferreres Bonfill, J. B. y Abdelouhab Reddam, O.	2009	Estudio comparado de la potencialidad de los recursos turísticos en los parques naturales de la Sierra de Espadán (España) y Talassemtane (Marruecos)	<i>Cuadernos de Turismo</i> , 24, pp. 91-109
López Olivares, D.	2009	Reflexions entorn del model turístic: cap a una estratègia territorial turística sostenible	<i>Anuari de l'Agrupació Borrianenca de Cultura</i> , 20, pp. 7-16
López Olivares, D.	2009	Factores de cambio turístico en los espacios rurales españoles: La Comunitat Valenciana	<i>Serie Geográfica</i> , 15, pp. 39-49
López Olivares, D.	2009	Experiencias de ecoturismo comunitario en Perú	<i>Annals of Tourism Research en Español</i> , 11 (1), pp. 173-191
López Olivares, D.	2010	An aproximation to the territorial tourist sustainable strategy	Millars. Espai i Història, 33, pp. 23-37
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2011	Los procesos de antropización y sus efectos en las playas del norte de la Comunitat Valenciana	<i>Cuadernos de Turismo</i> , 27, pp. 581-597

Autor	Año	Título	Revista
López Olivares, D.	2011	Una aproximación al estado ambiental de carácter integrado de las playas turísticas del Caribe Medio Colombiano	<i>Investigaciones Turísticas</i> , 1, pp. 52-68
Solsona Monzonís, J. y López Olivares, D.	2012	Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la Comunitat Valenciana	<i>Boletín Asociación de Geógrafos Españoles</i> , 59, pp. 221-224
López Olivares, D.	2014	A Model for Sustainable Tourism Development in Inland Latin American Areas: The case of the Northern Region of Nicaragua	<i>Journal of Tourism and Hospitality Management</i> . Vol. 2 (4), pp 141-154
Abdelouahab, O., López, D. y Ferreres, J. B.	2017	Análisis y prospectiva del desarrollo turístico en los parques naturales del norte de la Comunitat Valenciana	<i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i> , 75, pp. 319-340
López, D., Ferreres, J.B., Abdelouahab, O. y Monteserín, O.	2018	El potencial desarrollo turístico integral de los municipios del área del entorno del aeropuerto de Castelló	<i>Cuadernos de Turismo</i> , 42, pp. 237-259

Libros

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	1983	Oropesa: Un núcleo turístico de la costa de Azahar. Transformaciones demográficas y paisajísticas	Colegio Universitario de Castellón

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	1989	El turismo en la provincia de Castellón	Servicio de Publicaciones. Universidad de Valencia
López Olivares, D.	1990	El espacio turístico y residencial en las tierras castellonenses	Sociedad Castellonense de Cultura
López Olivares, D.	1998	La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos	Servicio de Publicaciones. Universitat Jaume I
López Olivares, D.	2014	Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Estudio de casos	Tirant lo Blanch. Valencia

Capítulos de libro

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	1995	La formación interdisciplinar como marco de referencia para las nuevas titulaciones en materia turística	<i>La formació i rehabilitació i les noves modalitats turístiques.</i> Servei de Publicacions. Universitat Illes Balears, pp. 43-50
López Olivares, D. y Tormo Domingo, V.	1997	La potencialidad de los recursos turísticos de Onda y su entorno funcional	<i>Los turismos de interior.</i> Universidad Autónoma de Madrid, pp. 181-196
López Olivares, D. y Solsona Monzonís, J.	1997	Aproximación al diagnóstico turístico de carácter integral del territorio de la Mancomunidad del Alto Palancia	<i>Los turismos de interior.</i> Universidad Autónoma de Madrid, pp. 169-180

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	1998	Aproximación a la metodología de la planificación funcional turística de carácter comarcal	<i>Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo.</i> Universitat Rovira i Virgili, pp. 73-88
López Olivares, D.	1999	La sistematización de la actividad turística como base del desarrollo de los espacios turísticos	<i>Turismo: Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial.</i> Tirant lo Blanch. Valencia., pp. 189-202
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2002	Las «unidades ambientales turísticas» y sus efectos articuladores en los espacios rurales: el caso de Benassal (Castellón-Comunidad Valenciana)	<i>Coloquio de Geografía Rural. AGE.</i> Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, pp. 589-600
López Olivares, D. Andreu Sunyer, N.; Galacho Jiménez, F. B.; García Hernández, M.	2005	Técnicas e instrumentos para el análisis territorial	<i>Planificación territorial del turismo.</i> Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, pp. 61-91
López Olivares, D.	2005	Reflexiones sobre el desarrollo rural en la Unión Europea y la Comunidad Valenciana	<i>L'Observatori per al Sector Agroalimentari i el Món Rural Valencians.</i> IVIFA. Valencia, pp. 39-72
López Olivares, D.	2006	Turismo y territorio: auge del modelo inmobiliario-turístico en la Comunidad Valenciana. La necesidad de aplicar modelos turísticos integrados	<i>Urbacost, un progetto pilota per la Sicilia Centrale. Urbanizzazione costiera, centre storici e arene decisionali: Ipotesi a confronto.</i> Ed. Franco Angeli. Milán, pp. 333-338

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2006	Las problemáticas generadas por el modelo de desarrollo turístico en el litoral castellonense: El caso de Oropesa	<i>Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?</i> Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 493-504
López Olivares, D.	2006	Claves de la actividad turística española, 2005	<i>La actividad turística española en 2005.</i> Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 17-29
López Olivares, D.	2007	El potencial turístico de las áreas de interior: tipología de recursos	<i>Turismo de interior en áreas fronterizas.</i> Servicio de Publicaciones. Universidad de Vigo, pp. 11-29
López Olivares, D. y Pulido Fernández, J. I.	2007	La actividad turística española en 2006. El estado de la cuestión	<i>La actividad turística española en 2006.</i> Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 17-31
López Olivares, D.	2007	L'espai rural	<i>Llibre verd del territori valencià.</i> Escola Valenciana, pp. 185-196
López Olivares, D. y Pulido Fernández, J. I.	2008	La actividad turística en 2006: El estado de la cuestión.	<i>La actividad turística española en 2006.</i> Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 17-31
López Olivares, D. y Pulido Fernández, J. I.	2008	La actividad turística en 2007. Retos y oportunidades en un escenario en transformación	<i>La actividad turística española en 2007.</i> Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 19-29

Autor	Año	Título	Editorial
Ferrerres Bonfill, J. B. y López Olivares, D.	2008	Las dinámicas turísticas en áreas emergentes: retos de la planificación turística en la competitividad del litoral de Castellón	<i>Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad.</i> Universidad de Alicante, pp. 379-391
Abdeluoahab Reddam, O. y López Olivares, D.	2008	El desarrollo turístico en los espacios naturales protegidos. El Parque Natural Nacional de Talassemtane (Marruecos)	<i>Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad.</i> Universidad de Alicante, pp. 365-377
López Olivares, D.	2008	Factores de localización espacial del turismo rural	<i>El turismo rural.</i> Síntesis. Madrid, pp. 159-184
López Olivares, D.	2008	Modelo turístico integrado para los espacios de interior: El caso del parque natural de la Sierra de Espadán (Comunidad Valenciana)	<i>Destinos turísticos: Viejos problemas ¿Nuevas soluciones?</i> Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 437-454
Vera Rebollo, F.; Ivars Baidal, J.; López Olivares, D.; Obiol Menero, E. y Rodríguez Sánchez, I.	2008	Una experiencia en la planificación y áreas de destinos turísticos: El Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana	<i>Destinos turísticos: Viejos problemas ¿Nuevas soluciones?</i> Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 663-683
López Olivares, D.	2008	Comunitat Valenciana	<i>Atlas Nacional de España. Turismo en espacios rurales y naturales.</i> Dirs. J. Sancho Comins y F. Vera Rebollo. Instituto Geográfico Nacional. Madrid, pp 282-291

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	2009	Els recursos turístics com a instruments de reconversió integral dels espais turístics madurs	<i>Reconversió integral dels espais turístics madurs</i> . INESE y Govern de les Illes Balears. Palma de Mallorca, pp. 1-7
López Olivares, D. y Pulido Fernández, J. I.	2009	La constatación de los efectos de la crisis económica mundial	<i>La actividad turística española en 2008</i> . Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 19-31
López Olivares, D.	2010	Comunitat Valenciana	<i>La investigación de la geografía del turismo en las comunidades autónomas españolas</i> . Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 172-192
López Olivares, D.	2010	A model for sustainable tourism development in Inland Latin American areas	<i>Integrated relational tourism</i> . Gulotta Editore. Italia, pp. 857-869
López Olivares, D. y del Valle Tuero, E.	2010	El estado de la cuestión	<i>La actividad turística española en 2009</i> . Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 21-29
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2012	La reestructuración de los destinos consolidados del litoral: El caso de Benicàssim (Castellón)	<i>Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras</i> . Vera Rebollo, J. F. y Rodríguez Sánchez, I. (eds.) Publicacions Universitat de València. Colección: Desarrollo Territorial, 11, pp. 399-418

Autor	Año	Título	Editorial
López Olivares, D.	2013	Informe sobre la producción científica de la Geografía del Turismo, Ocio y Recreación	<i>La investigación geográfica en España (1990-2012)</i> . AGE pp. 467-473
López Olivares, D.	2015	La renovación de destinos como estrategia de política general desde una perspectiva sectorial, económica, urbana y ambiental	<i>20 retos para el turismo en España</i> . Aguiló, E. y Antón, S. (coords.). Ediciones Pirámide, pp. 241-257
López Olivares, D.	2016	El proceso metodológico general de formulación e implementación de planes de ordenación territorial de áreas turísticas	<i>La planificación y gestión territorial del turismo</i> . Simancas, M. (coord.). Editorial Síntesis, pp. 115-131
López Olivares, D. y Ferreres Bonfill, J. B.	2017	Claves para la puesta en valor de los recursos turísticos	<i>Las claves del turismo en la Comunitat Valenciana. Orientaciones para la toma de decisiones</i> . Tirant lo Blanch. Valencia, pp. 47-63
Alama Sabater, L.; Artal Tur, A.; López Olivares, D.; Budí, V.	2017	La demanda de servicios de transporte aéreo en los aeropuertos mediterráneos españoles: un análisis de cointegración	<i>Gobernanza y participación en la gestión sostenible de destinos turísticos</i> . Tirant lo Blanch, pp. 709-726
Monteserín Abella, O.; Ferreres Bonfill, J. B.; Callarisa Fiol, L. y López Olivares, D.	2018	Territorios innovadores: Los planes de dinamización y gobernanza de destinos turísticos de la Comunitat Valenciana (España)	<i>XVI Coloquio Ibérico de Geografía</i> . Centro de Estudios Geográficos da Universidades de Lisboa, pp. 507-516
López Olivares, D.; Ferreres Bonfill, J. B.; Abdelouahab Reddam, O. y Monteserín Abella, O.	2018	Potencialidades turísticas en los municipios del entorno del aeropuerto de Castellón: relaciones costa-interior.	<i>Turismo y desarrollo en los espacios rurales de interior</i> . XXI Congreso Internacional de Turismo. Tirant lo Blanch, pp. 31-55

Fuente: CV de Diego López Olivares, formato Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología, 14/12/2017. Elab. Juan Bautista Ferreres.

UN GEÓGRAFO DEDICADO
AL CONOCIMIENTO DEL TURISMO

EL PAPEL DE LA ECONOMÍA Y LA GEOGRAFÍA EN EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO

(EN MEMORIA DE DIEGO LÓPEZ OLIVARES)

ENRIQUE TORRES BERNIER
Universidad de Málaga

1. INTRODUCCIÓN

Quiero intentar resumir en este texto las reflexiones que Diego López Olivares y yo intercambiamos durante los años en que nos conocimos sobre los abordajes científicos de la actividad turística desde nuestras respectivas áreas de conocimiento, la economía y la geografía. Quiero advertir que no se trata de desarrollar un artículo científico al uso, y menos aún desde la normativa del Espacio Europeo de Educación Superior, sino simplemente de poner en común conocimientos, dudas y proyecciones sobre lo que estas dos disciplinas suponen en el ámbito del turismo. Por eso no se ha acudido a las citas de rigor, sin que por ello se hayan dejado de nombrar autores, incluso algunas obras.

Durante toda mi vida como docente no me cansé de repetir, tanto en clases como en intervenciones en conferencias, ponencias y mesas redondas, que economía y territorio son las dos caras de una moneda llamada turismo, y que, por ello es imposible entender este fenómeno social sin acudir a las dos versiones.

Recuerdo que durante el tiempo que compartimos responsabilidades en la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) y en las

reuniones del Congreso Universidad y Empresa de la Universidad Jaume I, conversamos infinidad de veces sobre la necesaria integración de las distintas visiones del turismo, y muy especialmente desde la geografía y la economía.

Ciertamente el desarrollo teórico del turismo no se dio en España ni en otros países, y creció solo junto a otras disciplinas como las dos mencionadas, lo que lastró el estudio de sus hechos diferenciadores. Para la economía el turismo no era otra cosa que un sector al que se hacía coincidir con la hotelería y, en todo caso, se diferenciaba por su modo de comercialización, como un intangible que se vendía *a priori*. Por lo tanto, la construcción de alojamientos y el *marketing* eran las dos únicas políticas que se consideraban «turísticas».

La geografía, en un principio, se consideraba, al contrario que en otros países como Francia y el Reino Unido, solo como física, aunque ya empezó a vislumbrarse como humana y regional, donde los recursos turísticos tenían mayor protagonismo.

Tras estas ideas está otra, más general, pero de importancia suma: la consideración del espacio como objeto de estudio científico.

Para los economistas clásicos, salvo excepciones, el espacio se reducía a un punto, donde se encuentra la oferta y la demanda, esto se entiende porque la producción industrial de la época se reducía a muy contados lugares de la geografía.

Sin embargo, la irrealidad de este presupuesto, que suponía la neutralidad de la localización de las actividades económicas y la inexistencia de los costes de transporte, llevó por parte de algunos autores, Von Thünen y Cantillón, por ejemplo, a revisar estos planteamientos. Esto dio lugar a los inicios de la teoría de la localización.

Los orígenes de la geografía son desde luego mucho más antiguos. Muchos autores consideran a Herodoto como su fundador, teniéndola como la descripción racional de la tierra. Espacio, territorio y paisaje son las tres perspectivas fundamentales desde las que se puede contemplar la geografía.

Sin embargo, hoy día la consideración del espacio se hace desde múltiples perspectivas, incluso la turística. Hay que reconocer que este espacio de conocimiento, aún en consolidación y con criterios de demarcación confusos, forma parte para su estudio de las llamadas ciencias sociales, pero más concretamente de la economía y de la geografía, llamada humana o regional.

Durante mucho tiempo intentamos que el turismo, que hasta antes de ayer no tenía área de conocimiento ni departamentos, al menos fuera conformándose como un conjunto de conocimientos multidisciplinares. Es decir, en que convivieran varias especialidades científicas usando conceptos y terminologías compartidas o compatibles. Más tarde, se agregaron otras especialidades (derecho, antropología, historia, sociología...), que formaron un área común multidisciplinar, con muchas técnicas compartidas. Ahora en realidad estamos ante una etapa de formación de un conjunto transdisciplinar, que ha de verse favorecido por su reconocimiento institucional con área de conocimiento. Ser transdisciplinar, etapa aún no concluida, supone que el uso de múltiples y plurales disciplinas que participan intervengan en simbiosis, interrelacionadas e intercomunicadas para lograr una concepción global del turismo.

Desde la perspectiva de la investigación, en España, fueron estas dos ramas, geografía y economía, las que más estudios aplicados desarrollaron, aunque también hay que reconocer otros de origen sociológico, histórico y jurídico y antropológico. Esta abundancia de visiones sembró aún más confusión sobre una materia que incluso epistemológicamente no estaba ni mucho menos definida.

Desde la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) impulsados, entre otros, por prestigiosos académicos como Diego López Olivares, Fernando Vera, Miguel Ángel Troitiño, Francisco López Palomeque, Xoxé Santos, Manuel Marchena... (todos ellos geógrafos) y Manuel Figuerola, Luis Valdés, Eugenio Aguiló, Xulio Pardellas, Francisco Sastre, Rafael Esteve, Enrique Bigné, Rafael Fuentes... (economistas) y el que escribe estas líneas, intentaron durante tres lustros unificar criterios, o, si se prefiere, hablar en el mismo idioma cuando tratábamos materias de turismo. En el fondo tratábamos de «asentar» la multidisciplinariedad del turismo, para poder avanzar en sus contenidos teóricos y aplicados.

No sería justo no señalar igualmente al Grupo 10 de la Asociación de Geógrafos Españoles dedicado especialmente al turismo, aunque con un espíritu menos ecuménico, y en cuyas reuniones se han planteado las principales conceptualizaciones sobre turismo, aparte de aportaciones de investigación en este campo.

2. LAS VISIONES DEL ESPACIO COMO OBJETO DE ANÁLISIS Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO

Tanto para la economía como para la geografía, aunque con técnicas y resultados diferentes, el espacio puede abordarse de dos modos diferentes, como una variable, y como un marco de referencia.

El espacio como variable ha sido estudiado en profundidad desde la perspectiva económica dando lugar a la teoría de la localización relacionada directamente con los costes de transporte y las áreas de mercado. En turismo, tanto los costes de transporte como la localización de los recursos son fundamentales, aunque unos y otros se ven afectados por las innovaciones tecnológicas y por el potencial de la demanda. Además, las diversas tipologías de la demanda turística condicionan el comportamiento de ambas variables.

Desde estos análisis locacionales, y concediendo un papel primordial a los costes de transporte, se han elaborado diversos modelos de carácter predominantemente económico, que tratan de formular una teoría general del equilibrio espacial (Löes, Chistaller, Richardson, Böevert...) introduciendo otras variables ajenas a los costes de transporte.

Otra visión, esta vez más cercana a los estudios geográficos, es la del *espacio como un ámbito de referencia territorial*, en este caso más vinculado al análisis geográfico que el anterior.

Aquí es donde se situaría lo que ha dado en llamarse «teoría del desarrollo regional», centrada fundamentalmente en los procesos de desarrollo y distribución de la riqueza en el territorio.

Estas dos visiones no son en absoluto incompatibles, ya que en esta última se puede incluir sin problema la visión del espacio como una variable, como se ha mostrado en los intentos de establecer sistemas de equilibrio general de visión territorial.

La primera respuesta por inmediata y establecida como ortodoxia, fue la de los economistas neoliberales basada en la función de producción, según la cual el juego de los precios de los factores (tipos de interés y niveles salariales) y su funcionamiento en el mercado llevarían a un territorio equilibrado en renta y riqueza, contando siempre con una tasa de cambio tecnológico constante.

Las críticas a estos planteamientos fueron inmediatas, incluso desde el mismo campo desde el que se formularon, y se hizo notar la ignorancia de variables que influían notoriamente en el desarrollo regional, como las diferencias de salarios, las economías de aglomeración y de escala, y de las tasas de innovación y progreso técnico, entre las principales.

Un tema del que hablé en numerosas ocasiones con Diego, es lo que suelo llamar las «variables de entorno» y que condicionan de manera radical las posibilidades de desarrollo turístico (y no turístico) de una zona concreta, y que van desde las materiales, como infraestructuras de transporte y otros servicios, hasta las institucionales, como la existencia de organismos de apoyo y asesoramiento, pasando por las culturales, como la existencia de liderazgo o la cultura de emprendimiento.

Hay que admitir que los modelos sirven para explicar la realidad, pero no son la realidad, por lo que muchas veces fracasan en su aplicación.

El otro modelo alternativo de desarrollo regional, el de la causación acumulativa de Myrdal, aun siendo en sus planteamientos más realista, tampoco satisface en su aplicación práctica plenamente. De hecho, las fuerzas de absorción y difusión no dan unas pautas concretas para el desarrollo, aunque sí dejan claro que es necesaria la intervención de las administraciones para conseguir un desarrollo equitativo de las regiones.

Las principales revisiones críticas de estos temas proceden de una visión marxista o próximas al materialismo dialéctico, y en nuestro caso se acogen al llamado turismo crítico que considera la actividad turística como un nuevo modo de depredación de recursos, humanos, naturales y culturales, y de reproducción del capital.

3. EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA, DE LA GEOGRAFÍA Y EL TURISMO. AUTENTICIDAD Y TURISMO SOSTENIBLE

La sostenibilidad como parte importante del nuevo paradigma ha llegado también al turismo igual que a la economía y geografía. Incluso con más fuerza por sus tasas de crecimiento y su capacidad de consumo de recursos. Muchos de ellos no renovables. Sin embargo, mientras que en la geografía ha calado en profundidad debido a su vinculación al medio ambiente, en economía no ha ocurrido lo mismo considerándose los aspectos medioambientales y culturales como recursos de coste cero o sin mucho valor usados por el sistema de Actividades Turísticas. Sin embargo, los economistas si hacen destacar los efectos del turismo en los procesos de desarrollo en cuanto a creadores de renta y empleo.

En los momentos actuales se está produciendo una aproximación de posturas que considera la sostenibilidad como una cualidad necesaria para el desarrollo turístico, especialmente en lo que se refiere a la conservación del medio, aunque también en otros aspectos como los culturales, donde es bastante más complicado evaluar los impactos de esta actividad. Un ejemplo es la puesta en valor de los recursos, tema muy tratado por el profesor López Olivares, que nos lleva a la autenticidad de los recursos y productos empleados en turismo, concepto tremendamente cercano a la sostenibilidad. Mientras que en temas medioambientales los efectos del turismo, positivos y negativos, pueden medirse con cierta facilidad (capa de ozono, huella de carbono, especies en peligro de extinción...). En los culturales es mucho más complicado y no solo por la subjetividad que conlleva. Para este punto de vista, la autenticidad de los productos turísticos culturales puede clasificarse en cuatro grupos.

El primero, la autenticidad sentida, es la que el individuo lleva incorporada en su recuerdo ya sea el sabor de una comida, el recuerdo de un paisaje o una música determinada.

En segundo lugar, está la autenticidad relatada, ya sea por terceros o por una obra literaria, película o cualquier otro medio de expresión.

La autenticidad reconstruida es algo que ya no existe, pero que se reproduce en base sobre todo a las dos últimas citadas. Aquí empiezan los problemas, ya que puede considerarse que la reconstrucción no es fidedigna al original o que directamente la falsea. Incluso entre los propios arqueólogos hay quienes opinan que los monumentos o escenarios históricos no deben tocarse y dejarlos como han llegado hasta nosotros. Hoy día con las mejoras introducidas en los proyectos mediante la realidad virtual, ya sea realidad aumentada, proyectada o incluso el metaverso, con sus posibilidades de futuro, creemos que pueden superarse estas divisiones.

Por último, la autenticidad inventada, diseñada o teatralizada son caricaturas de la realidad que la deforman para hacerla fácilmente «comprensible» al turista, pero que no sería admisible desde la perspectiva de la sostenibilidad en el turismo.

En definitiva, el tratamiento de los recursos turísticos necesita de ambos enfoques conjuntamente, el geográfico y el económico para garantizar la sostenibilidad de los productos que de estos se desprenda. Todo ello dentro de un proceso planificador que veremos a continuación.

4. PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

Tal vez el punto de encuentro definitivo y donde se manifiesta con mayor claridad la importancia del uso conjunto de las dos disciplinas, sea en los planteamientos de desarrollo de los destinos turísticos.

No obstante, hay que aclarar que al hablar de desarrollo turístico y territorio intervienen factores muy importantes a tener en cuenta, la base territorial de que se trata y el entorno socioeconómico en que se desenvuelve.

Contemplar las posibilidades de desarrollo turístico de una zona (destino) dependerá en primer lugar de su tamaño y su estructura territorial. No es lo mismo plantearlo en un pueblo pequeño que en una gran capital. En una población de la costa que en una del interior.

En segundo lugar, estará el entorno socioeconómico de ese destino. Entre las variables condicionantes (potenciales o retardadoras) están sus infraestructuras, su renta y riqueza, sus actitudes ante el emprendimiento, su amabilidad cultural (función de acogida), sus tradiciones y cultura en general...

Tal vez la unidad base de análisis para el desarrollo mediante el turismo, sea la comarca, como así lo entendió el profesor López Olivares en sus numerosos trabajos sobre espacios de interior y de la costa, sobre todo en su ámbito más inmediato de interés como la provincia castellanense y la Comunitat Valenciana, aunque también en sus experiencias de cooperación en Hispanoamérica. En esta escala es donde mejor se pueden entender, y por tanto regular, las diferentes fuerzas de «absorción y difusión» y mayores posibilidades de éxito de las políticas impulsoras y correctoras.

Sin embargo, estas unidades territoriales turísticas básicas, que aún conservan recursos turísticos atrayentes, tanto medioambientales como culturales, carecen de lo que hemos llamado entornos socioeconómicos atractivos y, además, son «frágiles» ante las influencias externas en forma de macroproyectos de fuerte componente especulativo.

Estos entornos atractivos para el desarrollo son tanto materiales, como las comunicaciones, las infraestructuras sanitarias y educativas, como inmateriales, como el asociacionismo, la cultura emprendedora y la innovación. A cubrir estas carencias se han destinado las figuras de la UE como Leader y Proder, y en general los grupos de desarrollo local, cuyas intervenciones pueden ser fundamentales para un desarrollo turístico sustentable. Muchas veces comentamos con el profesor López Olivares la importancia de los dinamizadores socioeconómicos en estos procesos para el éxito de los resultados finales.

5. LA CIUDAD Y EL DESARROLLO TURÍSTICO

Tal vez donde haya más desencuentros entre geografía y economía, pero al mismo tiempo mayores posibilidades de cooperación sea en el ámbito de las grandes ciudades. La «cuestión urbana» es un antiguo objeto de estudio por parte de los geógrafos, mientras que los economistas, en la mayoría de los casos, se la han planteado en términos de funcionalidad en cuanto a redes y comunicaciones. Sobre unos y otros se elevan los «urbanistas», identificados profesionalmente con los arquitectos, que van mucho más allá en su visión urbana, pero mucho menos en sus conocimientos territoriales y económicos.

Desde el «derecho a la Ciudad» de Henry Lefebvre enmarcado en el Mayo del 68 francés, han aparecido infinidad de teorías más o menos generales sobre la ciudad, y especialmente sobre la ciudad histórica y patrimonial, objeto del deseo turístico.

Interpretaciones mucho más recientes como la de David Harvey, *Ciudades rebeldes*; Jordi Borja con *La ciudad conquistada* y Manuel Castells con *Redes de indignación y esperanza* ponen en cuestión, con indudables influencias marxistas, los usos de la ciudad, su terciarización y gentrificación, así como el papel del turismo en todo este marasmo.

Economistas y geógrafos han intervenido en esta cuestión, desde sus respectivas especialidades, aunque no han aportado soluciones generales, a no ser la ya conocida del mercado libre y la planificación centralizada.

Mis comentarios con Diego al respecto fueron siempre en la idea de reforzamiento de la gobernanza, que también supone consenso, tema muy tocado desde la geografía, y tratar de estudiar una propuesta del aprovechamiento turístico de la ciudad desde la perspectiva de los bienes comunes de Elinor Ostrom, sobre todo si tenemos en cuenta la cantidad de recursos libres deseados por los turistas, por sí mismos o mediante su transformación, que hay en ellas.

Es esta una línea de investigación que nos quedó pendiente y que su pronta partida ha convertido en un desafío para mí. Los grandes maestros también crean inquietudes que hay que recoger entre sus enseñanzas.

6. A MODO DE CONCLUSIONES

Creo que en estos últimos cuarenta años ha quedado clara la importancia de la economía y la geografía para el turismo, y como en el transcurrir del tiempo sus desarrollos han ido aproximándose. No solo desde el punto de vista epistemológico, sino también desde las técnicas de investigación usadas. De otro lado, los proyectos de investigación desarrollados conjuntamente han mostrado el enriquecimiento mutuo que se produce cuando ambos especialistas trabajan en equipo.

Son estas colaboraciones y puesta en común de conocimientos, no solo en geografía, sino también en otras disciplinas, de donde surgirá esa masa crítica que otorgue al turismo el lugar que se merece en las ciencias sociales.

LA HUELLA IMBORRABLE DE UN GEÓGRAFO EXTRAORDINARIO: SU PASO POR EL GRUPO DE TURISMO DE LA AGE

ASUNCIÓN BLANCO-ROMERO¹, MACIÀ BLÁZQUEZ-SALOM²,
MANUEL DE LA CALLE VAQUERO³, CARMEN MÍNGUEZ³,
ENRIQUE NAVARRO-JURADO⁴

¹Universitat Autònoma de Barcelona, ²Universitat de les Illes Balears,
³Universidad Complutense de Madrid, ⁴Universidad de Málaga

Palabras clave: Turismo, territorio, Grupo de Turismo 10, Castellón, homenaje.

Keywords: Tourism, Territory, Tourism Group 10, Castellon, Tribute.

*... pero mi verso brota de manantial sereno;
y, más que un hombre al uso que sabe su doctrina,
soy, en el buen sentido de la palabra, bueno.*

ANTONIO MACHADO

ANFITRIÓN Y FUNDADOR DEL GRUPO 10

Diego López Olivares participó –a su manera generosa, acogedora y discreta– en la creación del Grupo de Trabajo de Turismo (que se llamó de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, aunque denominaremos Grupo

10 por tradición y la resonancia de su orden de creación) de la Asociación Española de Geografía. La génesis del Grupo 10 fue el «Curso de Turismo y Territorio en el Estado español», celebrado del 22 al 25 de febrero de 1990 en la Universitat de les Illes Balears. Este curso se encuadra en las I Jornadas del Grupo 10 (Blanco-Romero y Mínguez García 2022). Sus participantes y ponentes (Binimelis 1990) conformarían buena parte de sus 17 miembros fundadores: José Antonio Donaire, Salvador Anton Clavé, Climent Picornell Bauzá, Miguel Carrió Servera, Diego López Olivares, Julia Sánchez Avalos, Empar Vaqué Boix, Fernando Vera Rebollo, Manuel Marchena Gómez, Rosa María Fraguell, Josep Oliveras, Antonia Ripoll Martínez, Manuel Muñoz Gutiérrez, José María Muñoz Sánchez, Gerda Priestley, Francisco López Palomeque y Manuel Valenzuela Rubio (Grupo 10 1997, 11). La mayoría de las aportaciones a las I Jornadas se publicaron ese mismo año en un número monográfico (número 43) de la revista *Treballs de Geografia* del Departament de Geografia de la Universitat de les Illes Balears.

Dos años más tarde, fue Diego López Olivares quien organizó, en Castelló los días 4 y 5 de septiembre de 1992, las II Jornadas de Geografía del Turismo en las que se constituyó formalmente el Grupo 10. En un primer momento, Manuel Valenzuela Rubio asumió la Presidencia de su Comisión Permanente, Climent Picornell Bauzá la Vicepresidencia y Diego López Olivares la Secretaría-Tesorería.

Las contribuciones a las primeras actividades organizadas por el Grupo 10 reflejan el interés de la geografía por introducir los estudios de turismo en la creación de másteres, la nueva Licenciatura en Geografía a partir de 1992 y en el título de Técnicos en Empresas y Actividades Turísticas, precursor de la Diplomatura en Turismo a partir de 1996 (López Palomeque 2008). Sus enfoques se pueden resumir brevemente en: 1) la valorización territorial para la dinamización turística y la creación de nuevos productos, 2) la determinación cuantitativa de indicadores (oferta de alojamiento, complementaria o de transporte, demanda, flujos...), 3) el análisis de los conflictos territoriales (cambios de usos del suelo, impactos ambientales, competencia intersectorial...), 4) sus vínculos con el sector inmobiliario, 5) la mitigación de sus impactos negativos mediante la planificación territorial y, 6) el estudio de casos, con su generalización por ámbitos territoriales (Anton Clavé et al. 1996). En este contexto, Diego López Olivares contribuyó a definir el papel de la geografía en la formación y planificación turística (López Olivares 1993), pero también abordó aspectos más comprometidos de la relación del

turismo con la conservación de la naturaleza, sus limitantes ambientales o su contribución al desarrollo en países empobrecidos.

2. PRESIDENCIA DE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL GRUPO 10 (2008-2012)

El compromiso institucional con la geografía y, especialmente, con la geografía del turismo, de Diego López Olivares fue una constante durante toda su vida académica. Y este compromiso le llevó a ostentar la Presidencia de la Comisión Permanente del Grupo en el periodo 2008-2012. Acompañaron a Diego en esta Comisión Enrique Navarro, de la Universidad de Málaga, como secretario-tesorero, y Manuel de la Calle, de la Universidad Complutense de Madrid, como vicepresidente.



Figura 1. Integrantes de la Comisión Permanente 2008-2012. De izq. a dcha.: Diego López, Enrique Navarro y Manuel de la Calle. Barcelona. 15 junio 2012.
Fuente: Carmen Mínguez

Fueron años de un trabajo fructífero, realizados en un contexto singular. De una parte, en 2008 arranca una crisis financiera global con notabilísimas repercusiones en la actividad turística. Las referencias a la crisis y los efectos sobre los destinos son constantes en el pensamiento turístico español de estos años, pero también las estrategias de adaptación y renovación aplicadas a diferentes escalas. Por otra parte, son los años de consolidación de los estudios de turismo en la universidad, primero en grado y posteriormente en los postgrados oficiales. Dada la importancia de la geografía en estos estudios, esta consolidación supuso un incremento notable de la docencia en geografía del turismo y reorientó el interés investigador de alguno de estos docentes hacia el turismo como fenómeno geográfico.

Este contexto singular subyace en el trabajo conjunto de los miembros del Grupo 10 y queda explícito en las editoriales-presentaciones de los boletines informativos del Grupo, editoriales redactadas fundamentalmente por Diego. Entre 2008 y 2012 se editan los boletines número 21 (primavera 2009), 22 (enero 2010) y 23 (marzo 2011). Estos boletines empezaron a publicarse en otoño de 1997 y funcionaron como principal medio de comunicación interno del Grupo, sobre todo en el periodo previo al uso masivo de Internet. Entre otras cuestiones, se daba cuenta de la actividad del grupo de trabajo, con especial énfasis en los coloquios propios; se recogía información sobre tesis recientes y novedades editoriales; se aportaba una agenda de eventos; se hacía una semblanza de un grupo de investigación; y se entrevistaba a una persona relevante del sector. Así, en el número 23 Rosario Navalón realizó una entrevista a Antonio Prieto Cerdán, presidente en esos años del Colegio de Geógrafos. En números anteriores se incluía un «informe-*flash*» sobre la investigación turística en las comunidades autónomas. En 2010 se publica en formato monografía estos informes, coordinada por los miembros de la Comisión Permanente 2004-2008: Alfonso Fernández Tabales, María García Hernández y Josep Ivars Baidal (Fernández Tabales, García Hernández y Ivars Baidal 2010). La publicación, con los informes debidamente actualizados, fue financiada con cargo al presupuesto del Grupo. Además de la cobertura institucional a la publicación, Diego López Olivares se encargó de redactar el capítulo correspondiente a la Comunidad Valenciana.

Todos los boletines informativos siguen disponibles en la web del Grupo. Esta web se renovó a lo largo de 2010 y se mejoró con la Comisión Permanente posterior, y aún hoy mantiene su estructura básica de contenidos: presentación del Grupo y reglamento de régimen interno; información sobre

los coloquios de turismo, congresos generales de geografía y otros eventos de interés; publicaciones con participación de los miembros del Grupo; tesis doctorales; postgrados y actividades docentes en general; relación de grupos y centros de investigación, y otra información relevante.

Un hito central de los grupos de trabajo de la AGE son los coloquios que se celebran cada dos años, de forma alterna con los grandes congresos nacionales de geografía. Si bien la organización operativa de estos eventos recae sobre un comité local, la Comisión Permanente da soporte institucional a su realización y colabora en lo que se necesite, incluso financieramente. Entre 2008 y 2012, periodo de la presidencia de Diego López Olivares, tuvieron lugar dos coloquios de este tipo, ambos con los correspondientes libros de actas (Grupo TERAP 2011; López Palomeque et al. 2014). En 2008 se llevó a cabo en la Universidad Carlos III de Madrid y en 2012 en Barcelona, en cuya preparación colaboraron la Universitat de Barcelona y la Universitat Autònoma de Barcelona, como veremos a continuación.

Así, el XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación se desarrolló en el Campus de Colmenarejo de la Universidad Carlos III de Madrid entre los días 17 y 19 de junio de 2010. El Coloquio llevó por título «Espacios y Destinos Turísticos en Tiempos de Globalización y Crisis», y se planteó como un foro para el debate y contraste de ideas sobre las dinámicas de los espacios turísticos y las estrategias que deberían definir los modelos de futuro de desarrollo en ese contexto de incertidumbre. El núcleo del evento correspondió a la presentación de contenidos organizados en tres ponencias, sin ponente, pero con un relator y exposición pública de las comunicaciones más relevantes, dentro de las 63 aceptadas. Destaca la conferencia de clausura impartida por Eduardo Martínez de Pisón. Como en coloquios anteriores, también se desarrolló la asamblea del Grupo, una sesión sobre la situación de la docencia, investigación y práctica profesional en relación con la geografía del turismo, y una serie de trabajos de campo con presentación de distintos espacios turísticos de la Comunidad de Madrid.

Dos años después, en 2012, se celebró el XIII Coloquio en la ciudad de Barcelona. Convocado con el título «Turismo y Territorio. Innovación, renovación y desafíos», fue organizado por los grupos de investigación Análisis Territorial y Desarrollo Regional (ANTERRIT) de la Universitat de Barcelona, y Turismo y Nuevas Dinámicas Socioterritoriales (TUDISTAR) de la Universitat Autònoma de Barcelona. La ponencia inaugural del congreso correspondió a Douglas Pearce e implicó una aproximación global al concepto de

destino turístico. Las comunicaciones se organizaron en tres ejes temáticos: los destinos entre la renovación y la reinención, nuevos lugares y nuevos productos y el turismo ante el cambio climático. Además, hubo sesiones de presentación de pósteres y salidas de campo.

En ambas ediciones, los coloquios del Grupo supusieron los hitos culminantes de la actividad de la comunidad española de la geografía del turismo. No cabe duda de su importancia en términos científicos, pero también de su relevancia como ámbito de contacto personal entre los miembros de esta comunidad. Este contacto es imprescindible para el avance de la disciplina, ya que permite el intercambio directo de ideas y el arranque de la gestación de proyectos de diferente tipo. Sin embargo, la realización de estos coloquios no sería viable sin la labor más callada y constante de la Comisión Permanente, que mantiene el trabajo institucional durante los periodos entre coloquios. La revisión de las memorias de actividades del periodo 2008-2012, etapa de funcionamiento de la Comisión presidida por Diego, da cuenta de este trabajo más callado.

El ámbito central del trabajo institucional tuvo y sigue teniendo que ver con la propia Asociación Española de Geografía. El Grupo 10 es uno de sus grupos de trabajo, y ante la organización matriz se presentaron las correspondientes memorias y estados de cuentas anuales. Además, en los congresos generales de la AGE se realizan las asambleas de socios del Grupo correspondientes a los periodos entre los propios coloquios de turismo. Diego López defendió la relevancia del Grupo 10 como uno de los grupos más potentes y dinámicos de la AGE y abogó por una presencia más importante del turismo en los congresos nacionales de geografía. De forma paralela, el trabajo institucional tuvo como referencia adicional la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Desde su fundación, la presencia de geógrafos del turismo en la AECIT siempre ha sido destacada, como atestiguan las colaboraciones en el anuario sobre la actividad turística española impulsado desde esta asociación. Durante el periodo de su presidencia del Grupo 10, Diego impulsó estos vínculos ya antiguos, también debido a su posición destacada dentro de la AECIT. Durante muchos años, él fue uno de sus vicepresidentes, uno de los coordinadores del anuario y responsable último del centro de documentación situado en las instalaciones de la Universitat Jaume I de Castellón. Entre otros aspectos, el boletín del Grupo 10 se repartía por correo electrónico a la totalidad de los miembros de la AECIT y se buscaba la representación de miembros de ambos grupos en los comités y eventos organizados por cada entidad.

Además del trabajo en el marco de la AGE y la AECIT, Diego López apoyó con su presencia múltiples eventos e iniciativas que quedaron consignados en las memorias del Grupo. Entre otras, participó en la primera Jornada sobre Turismo, Cooperación Internacional y Desarrollo Rural organizada por la Universitat Rovira i Virgili y el Centre de Cooperació pel Desenvolupament Rural de Catalunya (Tarragona, 2008). De esta jornada surgió la Red Internacional de Investigadores sobre Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR). De igual forma, intervino activamente en las jornadas de investigación conjuntas entre grupos de geografía urbana y del turismo, planteada como «Red temática sobre los espacios urbanos ante los cambios turísticos. Transferencia de conocimientos entre grupos expertos en el estudio de la ciudad y el turismo» (Palma de Mallorca, 2011).

En última instancia, ya en el año final de su presidencia en la Comisión Permanente se alumbró un proyecto al que dedicaría muchos esfuerzos en los años siguientes. Se trataba de la actualización de los contenidos del Atlas Nacional de España, obra impulsada por el Instituto Geográfico Nacional. Para abordar este trabajo se organizó la red ANE XXI, con grupos dedicados a las distintas temáticas del Atlas. Diego fue el encargado de coordinar el equipo responsable de los contenidos de turismo, después de una férrea defensa de la especificidad e importancia territorial de este fenómeno, que consideraba merecía un tratamiento diferenciado del comercio, actividad con la que inicialmente se había unido. Bajo su coordinación, se elabora un conjunto amplio de cartografías a nivel nacional sobre distintos aspectos de la oferta y la demanda turística: capacidad de alojamiento por provincias, playas con distintivo bandera azul, establecimientos certificados con la Q de Calidad Turística, turistas extranjeros por CC. AA., evolución del gasto turístico por CC. AA. y un largo etcétera. Además del soporte digital (<https://atlasnacional.ign.es/wane/ANE:Descargas>), una síntesis del Atlas se publicó como libro de gran formato en 2019 (Instituto Geográfico Nacional 2019). También fue él quien elaboró los textos que acompañan a mapas, gráficos y fotografías. Publicado menos de un año después de su fallecimiento, el capítulo fue el último trabajo conjunto que abordaron los que en su momento fueron compañeros en la Comisión Permanente del Grupo 10.

Tabla I. Principales temas tratados en las memorias de actividades del Grupo 10 (2008-2011)

Memoria - año	Temas
<p>Memoria 2008 (Málaga, diciembre 2008)</p>	<p>Elaboración y/o publicación de los boletines informativos del Grupo (20 y 21) Coloquios del Grupo: memoria del XI Coloquio celebrado en Alicante y avance de trabajos del XII Coloquio, a celebrar en Colmenarejo (Madrid) Edición de las actas del IX Coloquio celebrado en Cuenca y preparación de la monografía sobre la investigación a nivel de comunidades autónomas Nueva Comisión Permanente, presidida por Diego López Olivares Colaboración con la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo Asistencia a la Jornada sobre Turismo, Cooperación Internacional y Desarrollo Rural Previsión de actividades 2009</p>
<p>Memoria 2009 (Málaga, diciembre 2009)</p>	<p>Elaboración y/o publicación de los boletines informativos del Grupo (20 y 21) Coloquios del Grupo: preparación del XII Coloquio, organizado por la Universidad Carlos III en el Campus de Colmenarejo (Madrid) Edición de las actas del XI Coloquio organizado por la Universidad de Alicante e información sobre las gestiones con distintas editoriales para la publicación del informe monográfico sobre las comunidades autónomas Informe sobre la Asamblea anual del Grupo celebrada durante el XXI Congreso de Geógrafos Españoles celebrada en Ciudad Real el 27 de octubre Previsión de actividades 2010</p>

Memoria - año	Temas
Memoria 2010 (Málaga, diciembre 2010)	<p>Elaboración y/o publicación de los boletines informativos del Grupo (22)</p> <p>Informe de resultados del XII Coloquio, con 114 inscritos y 63 comunicaciones. Asamblea anual del Grupo</p> <p>Presentación del libro <i>La investigación de la geografía del turismo en las Comunidades Autónomas españolas. Orígenes, desarrollo y perspectivas de una disciplina en el horizonte de la Geografía</i>, coordinado por Alfonso Fernández Tabales, María García Hernández y Josep A. Ivars Baidal y editado por el propio Grupo</p> <p>Presentación de la nueva página web del Grupo</p> <p>Presentación de la candidatura para el XIII Coloquio en 2012, impulsada por los departamentos de Geografía de la Universidad de Barcelona y la Universidad Autónoma de Barcelona</p> <p>Previsión de actividades 2011</p>
Memoria 2011 (Málaga, diciembre 2011)	<p>Elaboración y/o publicación de los boletines informativos del Grupo (23). Dadas las limitaciones del formato (pensado originalmente para la edición en papel), a partir de este número se opta por ir publicando las novedades directamente en la web renovada del Grupo</p> <p>Avance de los trabajos de organización del XIII Coloquio, a celebrar en Barcelona en junio de 2012</p> <p>Avance en la edición de las actas del XII Coloquio impulsada por la Universidad Carlos III de Madrid</p> <p>Presentación de resultados de las Jornadas de Investigación entre los grupos de Geografía Urbana y de Turismo, Ocio y Recreación, denominadas «Red temática los espacios urbanos ante los cambios turísticos. Transferencia de conocimientos entre grupos expertos en el estudio de la ciudad y el turismo». Palma de Mallorca, junio 2011</p> <p>Informe sobre la Asamblea anual del Grupo celebrada durante el XXII Congreso de Geógrafos Españoles, en Alicante</p> <p>Informe de los primeros contactos con el Instituto Geográfico Nacional Primeros para la actualización del capítulo de turismo del Atlas Nacional de España</p> <p>Previsión de actividades 2012</p>

3. APORTACIONES CIENTÍFICAS A LAS JORNADAS Y LOS COLOQUIOS DEL GRUPO

Desde que se fundó el Grupo de Turismo en 1992 y se institucionalizaron las jornadas y coloquios, la presencia de Diego fue constante tanto mediante la presentación de comunicaciones, que mostraban resultados de su investigación, como con su labor desde la Comisión Permanente del Grupo (2008-2012), como se ha señalado previamente a lo largo de este capítulo. En sus contribuciones científicas, como comunicante, se ponen de manifiesto sus principales intereses y líneas de investigación, así como sus colaboraciones con un gran abanico de investigadores pre y postdoctorales.

Su primera aportación se remonta al año 1992, en las II Jornadas celebradas en Castellón, que se consideraron el momento de constitución del Grupo de Trabajo. En esa ocasión, Diego López, como catedrático de Escuela Universitaria de la Universitat Jaume I, y miembro del Grupo, acogió la celebración de dichas Jornadas (en coorganización con Climent Picornell). El interés creado en torno a la temática, y el momento especial que supuso el alumbramiento del grupo, llevó a la revista *Papers de Turisme* a dedicar, en 1993, un número monográfico a la experiencia (*Papers de Turisme*, n.º 11) con las aportaciones de diversos participantes y coordinado por Diego que facilitó la tarea editorial colaborando con el Institut Turístic Valencià. En ese monográfico, él participó con una aportación personal precisamente con el título «El papel del geógrafo en la formación y planificación turística» (López Olivares 1993). El texto se centraba en las exigencias, que las enormes transformaciones experimentadas por la actividad turística en ese momento suponían como reto para los profesionales, y en concreto para el papel que debían jugar los geógrafos dedicados al estudio e investigación de la actividad turística. Según el autor, la evolución de los perfiles de los turistas, cada vez más sensibles a los aspectos socioambientales y del estado de bienestar social en general, otorgaba una mayor importancia al estado del territorio y de las poblaciones anfitrionas. Ello exigía, en su opinión, una formación integral e interdisciplinar de los profesionales encargados de la planificación de dichos territorios turísticos, tanto rurales como litorales, para posibilitar un proyecto de carácter integral y de calidad.

En ese mismo año, 1993, el Grupo vuelve a reunirse en Palma, para las III Jornadas de Geografía del Turismo, con el título «La formación, la rehabilitación y las nuevas modalidades turísticas». En ellas Diego continúa la reflexión de su aportación precedente y, con el título «La formación

interdisciplinar como marco de referencia para las nuevas titulaciones en materia turística», desarrolla una comunicación centrada en el nuevo panorama turístico, el interés por el sector como motor económico por parte de la entonces Comunidad Económica Europea y el papel de la formación superior para afrontar dichos cambios. En ella recoge el esfuerzo que las universidades españolas realizaron en la creación de una oferta reglada de cursos de turismo y se lamenta de la inexistencia de una Licenciatura en Turismo, lo que generaba un vacío insalvable en la preparación integral del profesional universitario dedicado a la actividad turística. Según Diego, dichas carencias formativas se debían principalmente «al enfoque puramente economicista aplicada a la temática turística en la España de los años precedentes, y a la falta de conexión entre las necesidades planteadas por el complejo desarrollo socio-económico [...] y la Universidad» (López Olivares 1995, 44). Su análisis era crítico con la Academia, a quién responsabilizaba de la falta de práctica multidisciplinar para afrontar la complejidad de elementos y factores que intervienen en una actividad como la turística. Su tesis, espectacularmente de actualidad, se dirigía en defensa de una formación turística integral e interdisciplinar más abierta de los especialistas en ordenación del territorio turístico, «cuyo reto fuese la calidad, entendida como la oferta de unos servicios y productos turísticos ricos y diversos, en el contexto de unos entornos y hábitats limpios y respetuosos con el medio ambiente» (1995, 49). Las aportaciones a las Jornadas fueron publicadas en 1995 en el volumen titulado *La Formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques* en la colección Turisme i Investigació de la Universitat de les Illes Balears coordinado por Climent Picornell, Joana Maria Seguí y Josep Benítez (Picornell Bauzá, Seguí Pons y Benítez Mairata 1995).

Seguidamente, en 1995, las IV Jornadas de Geografía del Turismo se celebraron en Toledo, bajo el título «Los turismos de interior. Una alternativa para el desarrollo local». En esta ocasión Diego participó en coautoría con Javier Solsona Monzonís, realizando una «Aproximación al diagnóstico turístico de carácter integral del territorio de la Mancomunidad del Alto Palancia» (López Olivares y Solsona Monzonís 1997). En ella los autores centraron su análisis en un estudio de caso configurado por una unidad fisiográfica situada al sudoeste de la provincia de Castellón, en el valle del Alto Palancia, que respondía al tema central de las jornadas, los espacios de interior. A través de un estudio de carácter integral los autores perseguían conocer, analizar y diagnosticar los pilares básicos sobre los que se asentaba el desarrollo local de la zona, a partir de los recursos, las empresas turísticas y

los mercados existentes y potenciales. Su aportación se centró en un detallado diagnóstico, replicable en otras zonas, de los recursos turísticos y humanos, las infraestructuras generales, los alojamientos, la oferta complementaria, el grado de financiación y nivel tecnológico, el impacto ambiental y el grado de competitividad. Las comunicaciones y ponencias de las Jornadas fueron publicadas en 1997, bajo el título *Los turismos de interior (el retorno de la tradición viajera)* coordinado por Manuel Valenzuela Rubio.

Al año siguiente, en 1996, Diego participa en las V Jornadas de Geografía del Turismo, celebradas en Tarragona, «Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo». En esta ocasión, de manera individual, presenta un trabajo de carácter metodológico con el título «Aproximación a la metodología de la planificación funcional turística de carácter comarcal». Ante las transformaciones, en numerosas ocasiones no deseadas, provocadas por la industria turística en paisajes, estructuras socioeconómicas y recursos, Diego plantea la necesidad de partir de unos objetivos sólidos para asegurar el desarrollo equilibrado, sostenido y duradero de esos espacios transformados por el turismo. Para ello, consideró imprescindible la introducción de instrumentos de planificación que subsanen los problemas creados y que la ordenación de los espacios turísticos contemple de manera jerarquizada la totalidad de los recursos de cada región. Según su hipótesis, dicho planteamiento debería conducir «a la delimitación de espacios homogéneos con la posibilidad de aplicaciones de propuestas integrales y de diseños estratégicos de carácter intermunicipal» (López Olivares 1998, 74). Así, considera la comarcalización funcional turística como marco de referencia para la ordenación de los espacios turísticos y ofrece una interesante y práctica síntesis metodológica para la planificación funcional turística de carácter comarcal. En ella desarrolla los diversos objetivos a delimitar, así como las fases a seguir en la planificación respecto a la zonificación funcional turística, el análisis y la diagnosis de las diferentes áreas y unidades ambientales turísticas, para llegar a la fase de propuestas, diseño y plan de seguimiento de las estrategias de desarrollo.

En el VI Coloquio, celebrado en Las Palmas de Gran Canaria en 1998, titulado «Turismo y ciudad», Diego presentó, junto a Hernán Canós Beltrán, una comunicación que llevaba por título «Consideraciones sobre el desarrollo del turismo cultural en la comarca castellanense de Els Ports de Morella-Tinença de Benifassá», en ella consideran el turismo cultural como el desplazamiento motivado por atracciones y experiencias culturales, las cuales son esenciales para el desarrollo turístico de los destinos (López Olivares

y Canós Beltrán 1998). Para corroborar su hipótesis, los autores eligen una comarca que, por su ubicación estratégica, cuenta con un importante patrimonio cultural, cuya gestión analizan con detalle para terminar haciendo una propuesta de actuación con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población local y atraer visitantes.

Seis años más tarde, Diego volvió a participar en el IX Coloquio, que fue titulado «Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?», celebrado en Zaragoza. Nuevamente en coautoría, en esta ocasión con Juan Bautista Ferreres, centra su participación en un estudio de caso castellonense. Así, en la comunicación «Las problemáticas generadas por el modelo de desarrollo turístico en el litoral castellonense: el caso de Oropesa» denuncian, mediante el análisis sistémico, que el modelo de desarrollo turístico intensivo desarrollado en este municipio causa importantes problemas territoriales con importantes y negativos impactos económicos y socioambientales (López Olivares y Ferreres Bonfill 2006).

Participó también en el X Coloquio, celebrado en 2006 en Cuenca, bajo el título «Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?». En esta ocasión presentó una experiencia de interés dentro de la línea de destinos rurales y de interior, tomando nuevamente un caso de estudio castellonense. La comunicación «Modelo turístico integrado para los espacios de interior: el caso del Parque Natural de la Sierra de Espadán (Comunidad Valenciana)» muestra los problemas a los que se enfrenta la gestión del parque que requiere de enfoques supramunicipales, y resalta el interés de las unidades ambientales turísticas incluidas en el PRUG, que ha contado con la colaboración público-privada para garantizar el equilibrio social, organizativo y científico-técnico (López Olivares 2008).

La última vez que Diego participó con una comunicación fue en 2008, en el XI Coloquio titulado «Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad» celebrado en Alicante. En esta ocasión presentó dos comunicaciones en coautoría. La primera, con Ouafae Abdelouahab Reddam, se tituló «El desarrollo turístico en los espacios naturales protegidos: el Parque Natural Nacional de Talassemtane (Marruecos)». En ella los autores plantean el potencial turístico de este parque ubicado en la región Tánger-Tetuán, que cuenta con importantes recursos biogeográficos y socioculturales, así como grandes debilidades asociadas a un tejido empresarial y asociativo frágil y a la carencia de servicios. Por ello los autores reclaman un desarrollo turístico integrador, que pueda dinamizar la socioeconomía en este espacio de naturaleza con la creación de productos vinculados al ecoturismo, al rural cultural,

a la espeleología y al turismo científico (López Olivares y Abdelouahab Reddam 2008). La segunda de ellas, nuevamente junto a su discípulo Juan Bautista Ferreres. Para este coloquio presentaron los resultados de su investigación centrada en la provincia de Castellón, con la comunicación titulada «Las dinámicas turísticas en áreas emergentes: retos de la planificación turística en la competitividad del litoral sur de Castellón». En ella denuncian el modelo de desarrollo carente de planificación y señalan los retos que debe asumir la planificación para generar destinos competitivos en áreas consolidadas, como la analizada (López Olivares y Ferreres Bonfill 2008).

Desde 2008, los estudios de fenómeno turístico, y salvando la pandemia de 2020, han seguido mostrando los cambios en la demanda y en la oferta turística que Diego ya analizó a lo largo de su carrera. Dichos cambios han propiciado la aparición de nuevos escenarios, con la incorporación de territorios no turísticos, al mismo tiempo que se ha cuestionado la hegemonía del modelo turístico denominado convencional. Del mismo modo, se ha seguido señalando como imprescindible la necesidad de una planificación y gestión integrales de los territorios turísticos, que Diego ya abordaba a mediados de la década de 1990.

La visión de Diego sobre la necesidad de una formación integral y de calidad de los profesionales del turismo, y en concreto del papel de la geografía como disciplina básica para abordar la gestión y la planificación de los territorios turísticos, ha tenido fruto en el aumento de la investigación desde la geografía en colaboración con otras disciplinas (como turismo, humanidades, antropología o ciencias ambientales), así como del nivel de internacionalización. Muestra de este auge es la actividad que refleja el Grupo de Trabajo de Turismo de la AGE, que es considerado uno de los foros más idóneos para compartir los avances de la investigación geográfica sobre turismo en este momento. En este aspecto, la dedicación de Diego al Grupo de Trabajo de Turismo se ha visto continuada en los Coloquios hasta el día de hoy, los cuales mantienen una buena línea de trabajo y cuenta con un volumen de aportaciones que va en aumento. A pesar de todo, entre la gran diversidad y complejidad de los temas abordados en los últimos años se observa como continúan apareciendo interrogantes acuciantes en la investigación en geografía del turismo como son los cambios en la dialéctica turismo-territorio, el papel desempeñado por el territorio en los procesos de cambio del turismo, la gestión ante las crisis, los roles de los actores del turismo en nuevos escenarios, etc. Entre todos ellos, es posible constatar cómo la planificación y gestión públicas siguen siendo una línea principal

de investigación, al igual que el uso frecuente de los estudios de caso como forma de aproximarse a los planteamientos teóricos, propia de la geografía española, tal y como Diego nos mostró ampliamente durante toda su carrera.

REFERENCIAS

- Anton-Clavé, Salvador, Francisco López Palomeque, Manuel Jesús Marchena Gómez y José Fernando Vera-Rebollo, 1996. «La investigación turística en España: aportaciones de la Geografía (1960-1995)». *Estudios Turísticos* 129: 165-208.
- Binimelis Sebastián, Jaume. 1990. «Turismo y territorio en España». *Treballs de Geografia* 43: 42.
- Blanco-Romero, Asunción y Carmen Mínguez García. 2022. «La investigación en geografía del turismo en el seno del grupo de turismo de la AGE (2012-2020)». En *La geografía española actual. Estado de la cuestión aportación española al congreso de la UGI. París 2022. El tiempo de los geógrafos*, ed. Comité Español de la Unión Geográfica Internacional. Madrid: AGE.
- Fernández Tabales, Alfonso, María García Hernández y Josep Antoni Ivars Baidal. 2010. *La investigación de la geografía del turismo en las comunidades autónomas españolas. Orígenes, desarrollo y perspectivas de una disciplina en el horizonte de la geografía*. Madrid: Asociación Española de Geografía.
- Grupo 10. 1997. *Boletín informativo*, número 0. Grupo de Trabajo de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles. Disponible online <https://s38b91ae35d5f7f62.jimcontent.com/download/version/1374762439/module/5907045711/name/Bol00-OT97.pdf> [Consulta: 1/2/2023].
- Grupo TERAP (ed.). 2011. *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis. Actas del XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid y Asociación de Geógrafos Españoles – Grupo de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación.
- Instituto Geográfico Nacional. 2019. *España en mapas. Una síntesis geográfica*. Madrid: Compendios del Atlas Nacional de España.

- López Olivares, Diego. 1993. «El papel del geógrafo en la formación y planificación turística». *Papers de Turisme* 11: 93-109.
- . 1995. «La formación interdisciplinar como marco de referencia para las nuevas titulaciones en materia turística». En *La Formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*, ed. Climent Picornell, Joana María Seguí y Josep Benítez, vol. 3. Col. Turisme i Investigació. Palma: UIB.
- . 1998 «Aproximación a la metodología de la planificación funcional turística de carácter comarcal». En *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, ed. Rafael López, Josep Oliveras y Salvador Anton. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.
- . 2008. «Modelo turístico integrado para los espacios de interior el caso del Parque Natural de la Sierra de Espadán (Comunidad Valenciana)». En *Destinos turísticos. Viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, coord. Miguel Ángel Troitiño, Joaquín Saúl García y María García. X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (A.G.E.). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- López Olivares, Diego y Ouafae Abdelouahab Reddam. 2008. «El desarrollo turístico en los espacios naturales protegidos. El parque natural nacional de Talassemtane (Marruecos)». En *Espacios turísticos: mercantilización, paisaje e identidad*. coord. Josep Antoni Ivars Baidal, y José Fernando Vera Rebollo. Alicante: Universidad de Alicante.
- López Olivares, Diego y Hernán Canós Beltrán. 1998. «Consideraciones sobre el desarrollo del turismo cultural en la comarca castellonense de Els Ports de Morella-Tinença de Benifassà». En *Turismo y Ciudad VI Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*, ed. Guillermo Morales. Las Palmas de Gran Canaria: Asociación de Geógrafos Españoles.
- López Olivares, Diego y Juan Bautista Ferreres Bonfill. 2006. «Las problemáticas generadas por el modelo de desarrollo turístico en el litoral castellonense: el caso de Oropesa». En *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento*, coord. Antonio Lacosta. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- . 2008. «Las dinámicas turísticas en áreas emergentes: retos de la planificación turística en la competitividad del litoral sur de Castellón». En *Espacios turísticos: mercantilización, paisaje e identidad*. coord. Josep Antoni Ivars Baidal y José Fernando Vera Rebollo. Alicante: Universidad de Alicante

- López Olivares, Diego y Javier Solsona Monzonís. 1997. «Aproximación al diagnóstico turístico de carácter integral del territorio de la Mancomunidad del Alto Palancia». En *Los turismos de interior (el retorno de la tradición viajera*, coord. Manuel Valenzuela. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- López Palomeque, Francisco. 2008. «Notas sobre la trayectoria del Grupo de Trabajo de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación –Grupo 10–». En *Destinos turísticos. Viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, coord. Miguel Ángel Troitiño, Joaquín Saúl García y María García. X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (A.G.E.). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- López Palomeque, Francisco, Gemma Cànoves Valiente, Asunción Blanco-Romero y Anna Torres Delgado. 2014. *Turismo y territorio: innovación, renovación y desafíos. Actas del XIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Picornell Bauzà, Climent, Joana María Seguí Pons y Josep Benítez Mairata, J. 1995. *La Formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Vol. 3. Col. Turisme i Investigació. <https://www.age-geografia-turismo.com/app/download/5928657911/actas+3.zip?t=1379365505>

LA PERSPECTIVA GEOGRÁFICA
DEL TURISMO: MÉTODOS,
ENFOQUES Y PROCESOS

L'APPROCHE GÉOGRAPHIQUE DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DANS LE CONTEXTE DE LA MONDIALISATION

JEAN-PIERRE LOZATO-GIOTART
Université Paris III Sorbonne

Mots-clés: Mondialisation du tourisme, système touristique, approche géographique, management stratégique et opérationnel.

Keywords: Tourism globalization, tourist system, geographical approach, strategic and operational management.

1. INTRODUCTION

Dans l'actuel contexte de la mondialisation des activités et des échanges, l'approche géographique du développement touristique, sous toutes ses formes, est l'une des composantes incontournables pour en comprendre, à la fois, son évolution ainsi que ses limites. Toutefois, de nombreuses études et publications sectorielles, plus ou moins récentes, ont largement contribué une meilleure connaissance et à une plus juste compréhension des impacts économiques, sociologiques, culturels et environnementaux engendrés par les activités touristiques. Aujourd'hui, par la transversalité et la complexité de tous ses paramètres seule une analyse SYSTEMIQUE du champ touristique

nous semble pouvoir répondre aux finalités de *MANAGEMENT STRATEGIQUE* et *OPERATIONNEL* des différents acteurs concernés, publics et privés, plus ou moins directement en charge de leurs choix touristiques. Quoi qu'il en soit, et dans tous les cas de figure, le duo touriste/destination est au cœur du *SYSTEME TOURISTIQUE* depuis ses origines, au XIX^e siècle, jusqu'à nos jours dont les territoires d'accueil en sont l'éminente matière première. Selon un fil rouge géographique, au cours des différents chapitres, sont successivement abordés la *MONDIALISATION* du tourisme à partir de la répartition des *FLUX* et des *FOYERS*, des *PRATIQUES* et des *DESTINATIONS* ainsi que leurs récentes évolutions en fonction des nouvelles tendances des marchés touristiques.

2. UNE MONDIALISATION MASSIVE ET SPECTACULAIRE

Depuis le milieu du XIX^e siècle et les prémices de la villégiature pré-touristique la spectaculaire mondialisation du tourisme de masse contemporain n'a été possible que grâce aux incontestables progrès des moyens de transports et de communication.

2.1. Du pré-tourisme au tourisme de «masse»

Bien que l'on doive à Stendhal la naissance du terme de touriste (Stendhal 1838) pour désigner ce nouveau voyageur éclairé que deviendra, plus tard, l'aristocrate effectuant le *Grand Tour* à la découverte des principaux sites gréco-latins, de l'Italie à la Grèce voir jusqu'au Proche-Orient méditerranéen, il faudra attendre le développement des hivernages résidentiels aristocratiques pour voir apparaître ce que l'on peut considérer comme le cycle pré-touristique. A ce propos, l'historien Marc Boyer a comparé cette période du pré-tourisme notamment celle des XVIII^e et XIX^e siècles à une «invention du tourisme» (Boyer 1996) tout du moins par l'usage du temps libre aristocratique consacré à des loisirs délocalisés dans des lieux dédiés. A cet égard, Brighton sur la côte méridionale anglaise ou le Touquet sur la Côte d'Opale ont été les plus emblématiques des futures Stations touristiques qui se sont multipliées jusqu'à nos jours. La fréquentation, souvent plus

ancienne, des stations thermales à travers l'Europe étaient souvent le prétexte ou la conséquence de loisirs auxquels s'adonnaient des aristocrates avant même leur développement touristique moderne. Le *Grand Tour* n'a jamais concerné que très peu de voyageurs en l'absence d'importants moyens de transports limitant ainsi leurs déplacements dans le temps et dans l'espace. Cependant, il faut souligner le rôle particulier des premiers aristocrates notamment anglais, tel que Lord Cavendish, qui fut à l'origine des prémises pré-touristiques de la future Côte d'Azur vers la fin du XVIII^e siècle et, surtout, au cours du XIX^e siècle.

La Côte d'Azur (*) ou *French Riviera* est certainement la plus emblématique, voir la première et la plus ancienne des régions pré-touristiques qui a perduré jusqu'au tourisme de masse contemporain (3). Ce fut surtout au cours des premières décennies du XIX^e siècle que l'on peut situer les premiers fondements du futur touristique du littoral azuréen de Hyères, à l'ouest, à Menton à l'est. L'installation de prestigieux hivernants comme Lord Brougham, à Cannes, ou des princes russes à Nice ont joué le rôle de *Gate-keepers* c'est-à-dire de leaders d'opinion véritables pionniers pré-touristiques de la Côte d'Azur. D'ailleurs, ce fut à l'initiative d'hivernants anglais que naquit la célèbre promenade éponyme à partir d'un chemin de terre correspondant à l'actuel Quai des Etats-Unis-servant de voie d'accès aux pêcheurs locaux. Plus essentiel encore fut le passage de l'étape de simple visiteur à celle de résidents saisonniers s'installant pour l'hiver entre Hyères et Menton. La possibilité d'acquérir des terrains et d'y construire des résidences privées souvent luxueuses a fortement contribué à la future notoriété des sites azuréens jusqu'à nos jours. Le cas niçois fait figure d'exemple emblématique: la petite cité portuaire fondée par des grecs et à peine peuplée de quelques milliers d'habitants était limitée, à l'ouest, par le Paillon, un modeste fleuve côtier et, surtout par une large plaine alluviale ayant permis l'extension de nouveaux quartiers anglais et russes dont l'actuel plan en damier témoigne encore de cet héritage colonial pré-touristique (figure 1).

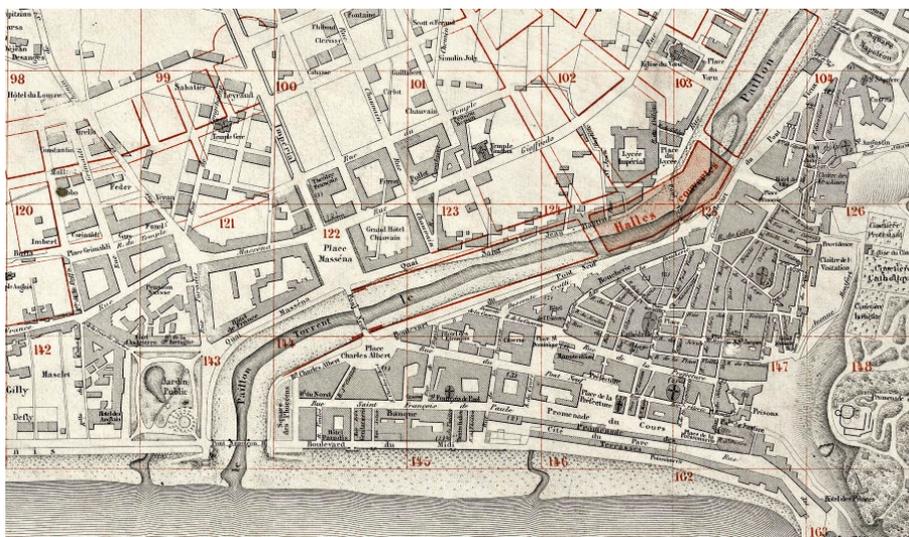


Figure 1. Sur ce plan de 1860-1880 on voit nettement le quadrillage de la ville moderne. Source: Archives départementales <https://www.departement06.fr>

(*) Stephen Liegeard, sous-préfet de Dijon, qui séjourna à Hyères et à Nice qualifia de Côte d'Azur dans le livre qu'il écrivit en 1887 sur ce littoral dont il admirait les paysages et les coutumes locales. Si la villégiature pré-touristique était déjà bien implantée sur le littoral azuréen dans la première moitié du XIX^e siècle l'arrivée du chemin de fer, en premier lieu en Angleterre et, en deuxième lieu, entre 1860 et 1880, sur la Côte d'Opale et la Côte d'Azur pour laquelle ce fut vraiment le facteur décisif pour son développement touristique. En 1864, sous l'impulsion de l'empereur Napoléon III le train arriva à la nouvelle gare de Nice et atteindra Menton à la fin de la décennie (figure 2).

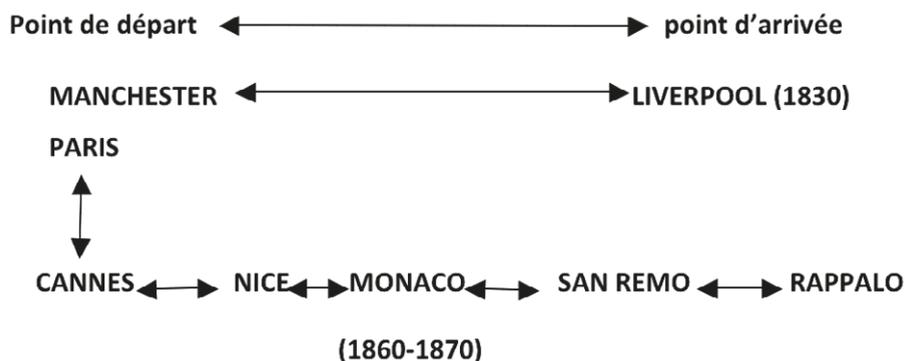


Figure 2. Exemples de développement ferroviaire et touristique au XIX^e siècle.
Source: l'auteur

Le *Paris-Lyon-Méditerranée* du nom de la nouvelle compagnie des chemins de fer contribua désormais à la renommée internationale de la Côte d'Azur à la *Belle Epoque* grâce à l'exceptionnelle mobilité offerte par le train. De la même manière que les premières voies ferrées firent le bonheur pré-touristique de Deauville sur la côte normande et de la Baule, en Bretagne méridionale ou encore entre l'Europe centrale et Venise. Jusqu'à la veille de la première guerre mondiale la villégiature soit sous forme d'hivernage résidentiel soit sous forme thermale, surtout en Europe, fut à l'origine des premières et futures stations de tourisme engendrant des flux très limités de voyageurs dans l'espace et dans le temps. Même si l'on est passé d'une villégiature pré touristique à une villégiature de plus en plus organisée – Thomas Cook en fut la figure emblématique – rien de comparable, toutefois, avec le tourisme de masse d'aujourd'hui. Marc Boyer (1996) a particulièrement bien démontré le caractère pyramidal de la distribution sociale et culturelle du pré-tourisme aristocratique et bourgeois qui a précédé le tourisme de masse plus populaire postérieur à la deuxième guerre mondiale (figure 3).

Cependant, les plus prestigieuses destinations touristiques ont bénéficié de la présence de *Gate-keepers* représentés par les élites aristocratiques contribuant au lancement et au développement des plus emblématiques stations comme celles de Brighton, sur le littoral de la Manche anglaise, du Touquet, sur la Côte d'Opale, de Cannes et de Nice, sur la Côte d'Azur méditerranéenne ou encore de stations thermales comme celles de Spa, en Wallonie belge, ou de Vichy dans le centre de la France. De nos jours, les *Gate-keepers*

appartiennent aux «élites» financières ou médiatiques comme c'est le cas d'artistes du *showbiz* ou du monde artistique.

2.2. L'« Explosion » touristique spectaculaire et massive

Si, en France, l'octroi des quinze jours de congés payés, en 1936, permit à des millions d'ouvriers et d'employés de profiter de vacances d'été ce ne fut qu'après la deuxième guerre mondiale et, surtout, un meilleur niveau de vie et de pouvoir d'achat notamment dans les pays industrialisés, que l'on enregistre la spectaculaire croissance de la fréquentation touristique internationale au cours des dernières décennies du 20^{ème} siècle et encore plus au début du XXI^e siècle (figure 4).

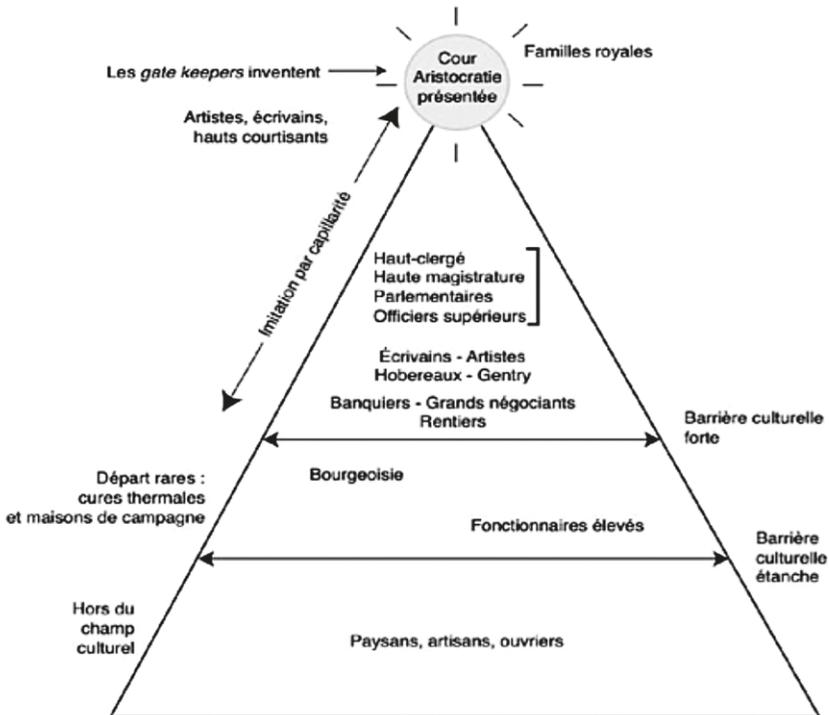


Figure 3. La pyramide du tourisme d'après Marc Boyer. Source: Boyer, 1996

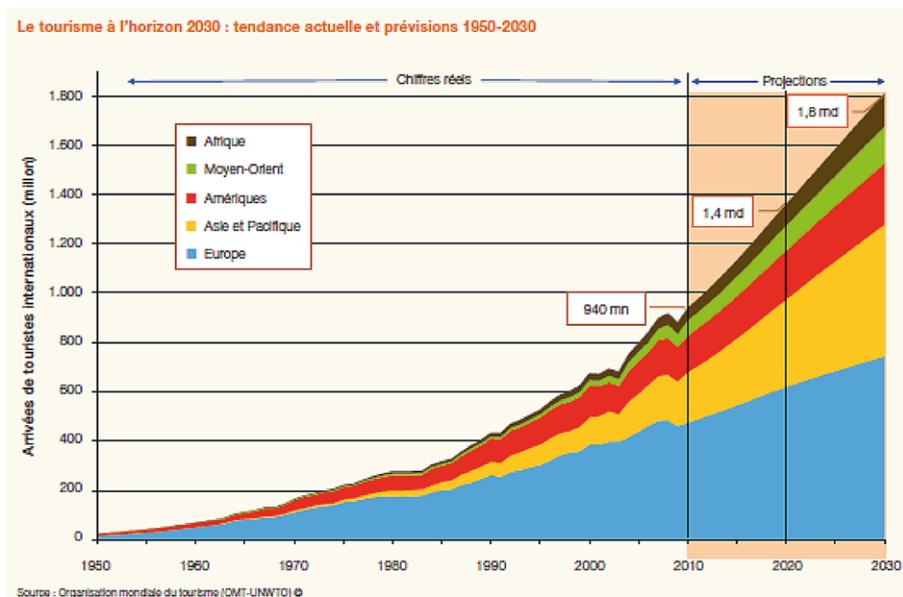


Figure 4: Une progression de type «exponentielle». Source: O.M.T

Malgré toutes les vicissitudes économiques, géopolitiques ou climatiques, depuis 1950 on est passé à plus de 20 millions d'arrivées touristiques à plus de 1,4 milliards en 2019 soit une progression moyenne annuelle de 3,5 % et pouvant même dépasser les 5 % au cours des années récentes pour atteindre 1,8 milliards en 2030 selon les perspectives de l'O.M.T. Après une première période, comprise entre 1950 et la fin du XX^e siècle, dominée par les flux émetteurs du monde occidental ce sont les nouvelles puissances émergentes (Chine, Inde, Corée du Sud, Taïwan) et d'autres en devenir (Brésil, Mexique) ou encore des puissances pétrolières (Arabie saoudite, Emirats) qui contribuent à cette explosion et à la mondialisation du tourisme. Certes, selon le classement effectué par l'O.M.T., l'Europe avec un peu plus de 700 millions de touristes représente encore près de la moitié des arrivées internationales mondiales en 2019. Cependant, le secteur Asie-Pacifique avec 350 millions d'arrivées dépasse, pour l'instant, les Amériques qui a comptabilisé 230 millions d'arrivées et, plus encore le continent africain avec ses 70 millions d'arrivées. En considérant les tendances récentes et

les progrès tant techniques que sociaux-économique, ce classement encore relativement inégalitaire pourrait connaître de rapides évolutions. Par conséquent, à l'exception de facteurs imprévisibles, le nombre de touristes dans le monde devrait continuer de croître plus rapidement que tous les autres secteurs d'activités. A la condition, toutefois, de l'amélioration générale du niveau de vie permette l'accès au tourisme au plus grand nombre dans le monde.

2.3. Une répartition géographique inégale

Le classement par continent peut masquer l'importante inégalité de la répartition des touristes dans le monde en fonction des données géographiques et des potentiels locaux en matière d'attractivité et d'équipements d'accueil (tableau 1).

Tableau 1: principaux pays récepteurs en 2017

Pays récepteurs	Milions de touristes
France	89,4 (estimation 2019)
Espagne	81,8
Etats-Unis	75,9
Chine	60,7
Italie	58,3
Mexique	39,3
Royaume-Uni	37,7
Turquie	37,5
Allemagne	37,5
Thaïlande	35,4
Autriche	29,5
Japon	28,7

Pays récepteurs	Milions de touristes
Hong-Kong	27,9
Grèce	27,2
Malaisie	25,9
Russie	24,4
Canada	21,8
Pologne	18,4
Macao	17,2
Arabie saoudite	16,1
Émirats arabes unis	15,8
Inde	15,5
Indonésie	14,4
Singapour	13,9
Maroc	12,3

Source: O.M.T.

Si 12 pays européens (Russie et Turquie comprises) sont toujours parmi les 25 premiers pays touristiques il faut désormais compter avec de nouveaux et importants concurrents comme la Chine, le Mexique, la Thaïlande (*), le Japon, Macao, l'Arabie saoudite, les Emirats Unis, l'Inde, Singapour ou encore le Maroc. Encore faut-il rappeler que des pays comme l'Égypte, l'Argentine, le Brésil ou Cuba ont été, plus ou moins, victimes d'une situation géopolitique répulsive sur la plupart des marchés touristiques internationaux. De même, pour de nombreux pays safricains émergents lesquels malgré un important potentiel encore sous exploité les conflits régionaux en cours (Mali, Niger, Somalie) interdisent toute fréquentation touristique jusqu'à nouvel ordre. Finalement, presque tous les pays du monde participent au développement mondial du tourisme comme foyer émetteur ou comme foyer récepteur de flux touristiques en fonction de leurs possibilités et de leurs positionnements sur les marchés internationaux. Ainsi, depuis le pré-tourisme du début du 19^{ème} siècle jusqu'au

développement du tourisme de masse contemporain, l'observation globale, à l'échelle planétaire, de la répartition internationale des foyers émetteurs et des foyers récepteurs a concerne encore prioritairement les pays économiquement les plus avancés en matière de niveau de vie, de transports et de services d'accueil: l'Europe occidentale, l'Amérique du Nord, l'Asie, et, à un moindre degré, les Caraïbes, l'Australie et la Nouvelle Zélande. Il faut bien reconnaître que les statistiques du tourisme sont très variables et notamment celles qui concernent les classements internationaux en l'absence de critères clairement établis et appliqués avec rigueur partout dans le monde. Malgré le manque de cohérence des critères retenus selon les diverses sources statistiques disponibles, il n'en reste pas moins vrai que la concentration géographique des foyers d'accueil touristique demeure encore la règle à l'échelle planétaire (figure 5).

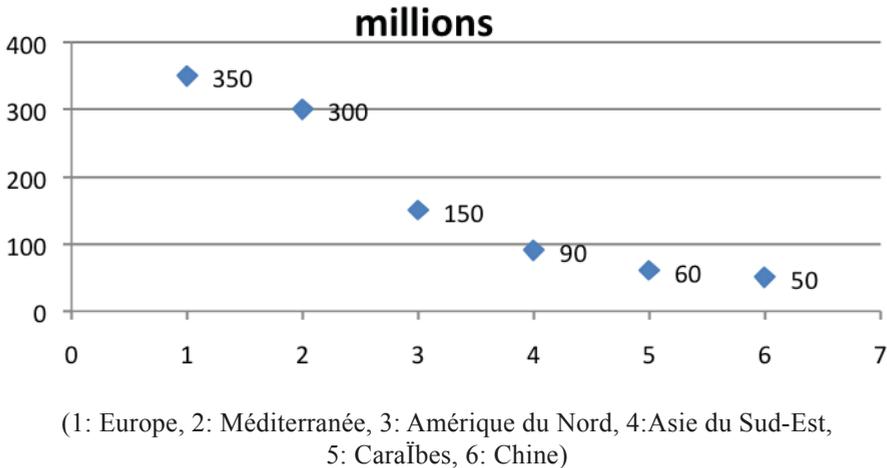


Figure 5 : Les six principaux foyers d'accueil touristiques internationaux en 2019.
Source : L'auteur

L'Europe et la Méditerranée représentaient encore 650 millions d'arrivées soit près 50 % des touristes internationaux en 2019. Il faut aussi souligner la relative proximité géographique des flux émetteurs et des foyers d'accueil facilitant les déplacements des touristes aussi bien par voie terrestre que par voie aérienne et maritime. Par ailleurs, ce sont surtout le Nord est, la Floride et la Californie qui attirent l'essentiel des touristes étrangers en Amérique du Nord de plus en plus concurrencée par les foyers d'accueil des Caraïbes et du Mexique, laissant encore loin derrière l'Amérique du sud, et, surtout, la spectaculaire croissance des destinations asiatiques de la Thaïlande à la Chine. Toutefois, au cours des deux dernières décennies, l'on a pu enregistrer l'émergence de nouveaux foyers d'accueil touristiques dans le monde tout en constatant toujours la tendance à de fortes concentrations géographiques au profit de la «bande des six» qui ensemble concentrent plus de un milliards d'arrivées touristiques internationales en 2019. Cependant, au cours des deux dernières décennies l'on a enregistré, à la fois, l'accélération du nombre de touristes dans le monde – plus 30 % – et une extension géographique aussi bien terrestre que maritime. Les «fronts pionniers» touristiques en Mongolie (40.000 visiteurs) et en Patagonie (110.000 visiteurs) en sont de spectaculaires illustrations (4). Depuis l'origine, les fronts pionniers touristiques ont toujours été caractérisés par leur marginalité géographique et leur faible densité de peuplement comme, déjà en 1996, l'avait souligné Albert Oduard à propos des îles de Tenerife et de la Grande Canarie lesquelles font désormais partie des destinations de plus en plus *touristifiées*. Les mobilités touristiques sont d'autant plus conquérantes de nouveaux espaces que les moyens de transports sont désormais capables d'atteindre n'importe quel point du globe et de repousser de plus en plus l'*écoumène* touristique. Toutefois, la redécouverte récente de «*lieux ordinaires*», beaucoup plus proches, comme certains quartiers populaires de Paris ou de Naples apparaissent comme une sorte de contre point par rapport aux fronts pionniers lointains (Condeveaux, Gravari-Barbas, Guinard 2019). Mais, les observations statistiques dont nous disposons sont essentiellement celles fournies par l'Organisation Mondiale du Tourisme et, si elles demeurent pertinentes à l'échelle mondiale, l'on peut aussi s'interroger à propos des critères retenues selon les pays comme, par exemple, en Europe où il n'existe aucune méthodologie commune. Ainsi, le classement mondial des dix plus importantes villes touristiques peut placer Paris *intra muros* en troisième position derrière Bangkok et Londres en 2017 sur le seul critère des arrivées internationales alors qu'en ajoutant ses satellites périphériques (Versailles,

Disney-Paris, Astérix) et les arrivées nationales Paris peut se retrouver en première position comme ce fut de nouveau le cas en 2019. Donc, en fonction des différentes sources et de leurs critères de recensement les classements statistiques peuvent varier. De plus, comment ne pas prendre aussi en compte l'échelle territoriale de l'agglomération et pas seulement celle du «cœur de ville» ce qui, à notre avis, peut complètement inverser le classement des destinations urbaines? L'exemple de Venise est particulièrement emblématique de ce problème statistique limité au seul enregistrement du nombre d'arrivées de touristes sans tenir compte de leur répartition spatiale et de l'échelle territoriale communal à laquelle on se place (Lozato-Giotart, 2021). Dans le cas spécifique de Venise cela peut même aller jusqu'à masquer une réalité vécue beaucoup plus complexe qu'une seule approche quantitative approximative. En effet, selon diverses sources statistiques, Venise aurait reçu entre 20 et 30 millions de visiteurs en 2019! Est-ce possible et comment faire confiance à telle ou telle source? En fait, il faut rappeler ici que les millions de touristes, étrangers et italiens, sont concentrés sur l'île principale ou *Centro Storico* divisé administrativement en six quartiers et ne couvrant guère plus de 1.000 hectares avec ses îles touristiques satellites du Lido, de Burano et de Murano soit à peine 7 % de la terre ferme communale (**). Les touristes d'un jour représentent 90 % de la fréquentation touristique totale qui peut atteindre plus de 80.000 visiteurs certaines journées provoquant parfois l'asphyxie de certaines voies terrestres et des surcharges pour les *vaporetti* assurant le transport urbain par les voies d'eau. Sans oublier les millions de croisiéristes qui contribuent à la concentration de visiteurs devenue intolérable aux yeux de la population vénitienne. D'ailleurs, la capacité hôtelière du Centro Storico serait dans l'incapacité d'assurer l'hébergement de la masse des touristes qui dorment ailleurs sur la terre ferme. L'exemple de Venise démontre combien l'établissement des statistiques des fréquentations touristiques mériterait d'être différencié plus clairement selon les critères retenus. En prenant le cas de la Cité des Doges, comme exemple emblématique, en ne retenant que le seul critère des séjours – au moins une nuitée sur place – l'on pourrait différencier les 2 ou 3 millions de touristes enregistrés dans les divers hébergements du Centro Storico des millions d'autres visiteurs-excursionnistes arrivant par la voie terrestre ou par les navires de croisières. De même, faut-il aussi tenir compte de l'héritage historique des limites communales, lesquelles, selon les pays, peuvent aussi masquer la réalité des situations touristiques. C'est, par exemple, comme on l'a déjà souligné, le cas de l'agglomération parisienne laquelle, à échelle

spatiale comparable, avec plus de trente cinq millions de touristes se place encore très largement en tête dans le classement mondial des grandes agglomérations touristiques comme celles de Londres, Bangkok ou New York. A l'échelle des petites villes et, encore plus, des petites communes, les statistiques issues des relevés effectués sur place sont plus souvent proches des réalités des fréquentations touristiques. A fortiori, l'on peut rencontrer des situations similaires concernant la répartition des fréquentations touristiques insulaires dans le monde en fonction de leurs propres critères géographiques. Les îles sont souvent très emblématiques d'images de rêve avec leurs plages ensoleillées et leur douceur de vivre parfois caricaturales voir même réductrices. Or, la seule approche statistique est déjà révélatrice de la très inégale fréquentation touristique entre celles qui reçoivent des millions de personnes et celles qui n'en accueillent que quelques milliers comme, respectivement, Hawaï et les Seychelles (figure 6).

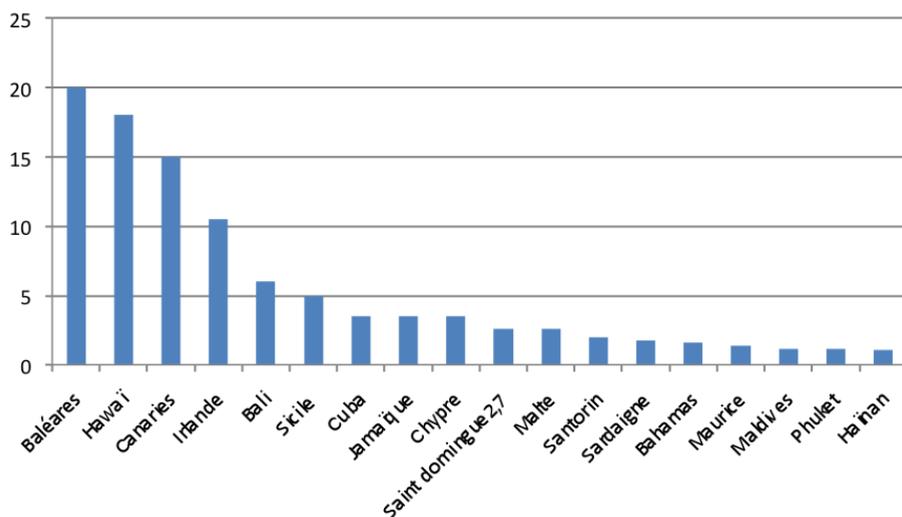


Figure 6 : Fréquentation touristique insulaire : le top 18 mondial (2018).

Source: O.M.T.

Une fois de plus, le seul classement statistique des destinations insulaire en fonction du nombre de touristes reçus confirme la spectaculaire inégalité géographique de leur répartition d'autant plus remarquable que le top 18 concentrait 83 % (85 millions) du nombre total de touristes ayant choisi une destination insulaire en 2018. Cependant, à l'exception de cas particuliers, la grande majorité des îles les plus fréquentées bénéficient de la relative proximité géographique des grands foyers émetteurs mondiaux Européens (Baléares, Sicile, Chypre, Santorin, Malte, Sardaigne, Canaries), Nord-Américains (Caraïbes) et Asiatiques (Bali, Phuket, Hainan). Evidemment, les principaux flux émetteurs mondiaux sont encore majoritairement d'origine européenne et Nord américaine et concerne presque toutes les destinations insulaires ; mais, dans un proche avenir, les flux émetteurs asiatiques notamment chinois, japonais et sud coréen participeront à un rééquilibrage qui posera, à terme, la limite des capacités d'accueil pour de nombreuses destinations insulaires. En effet, Si îles Baléares ou l'île de Santorin, en mer Egée, sont à la limite de *surfréquentation* touristique en fonction de leur superficie territoriale d'autres îles comme Cuba (109.884 km²), l'Irlande (70.274 km²), la Sicile (25.711 km²) ou la Sardaigne (24.090 km²) ont encore une réserve spatiale sans commune mesure avec leurs actuelles concurrentes de taille beaucoup plus limitée. Il n'en demeure pas moins que des centaines voire des milliers de petites îles comme Gotland, en Suède méridionale, ou encore celles appartenant aux archipels polynésiens, à l'exemple de Bora, participent aussi, beaucoup plus modestement, au tourisme insulaire international. En somme, grâce à la diversité de leur territoire les plus grandes îles peuvent souvent conjuguer une offre maritime et terrestre plus importante que celle des petites îles et, à fortiori, que celle des micro-îles ne disposant que de quelques km² ou hectares de terre. La mondialisation du tourisme ne doit pas pour autant occulter la très spectaculaire inégalité de le quantitative et géographique des flux touristiques à travers le globe. Les *FRONTS PIONNIERS* en zones froides arctique et antarctique ou en zone équatoriale qui ne reçoivent que des quantités marginales de touristes en sont aussi l'illustration (figure 7).

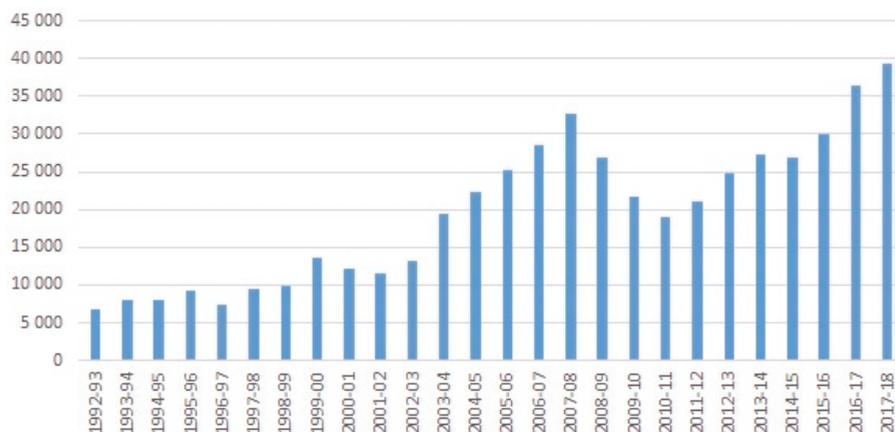


Figure 7: Evolution du nombre de touristes dans l'Antarctique (1992-2017).

Source: O.M.T.

De même, l'on n'enregistre que quelques milliers de touristes dans l'Arctique sur ses marges terrestres notamment scandinaves et russes. Pour l'heure, les conséquences touristiques d'un éventuel réchauffement climatique sont encore imprévisibles à court voir à moyen terme. Toutefois, la pandémie du COVID19 qui, depuis 2019 a eu impact sévère pour une majorité des habitants de la planète, a aussi été marquée par une spectaculaire chute des flux touristiques internationaux passant de 1,3 milliards à 600 millions de touristes entre 2018 et 2021. Certes, avec un flux international de plus de 1,1 milliards de touristes en 2022 nous constatons une reprise presque aussi spectaculaire s'accompagnant de nouvelles tendances dans les pratiques et les destinations touristiques: tourisme *expérientiel*, revendications *écologiques* ou encore tourisme de *proximité* et *durable* (López 2010). Cela peut remettre en cause ou du moins être à l'origine de certaines réadaptations des stratégies, des plans d'actions et des formations professionnelles dans tous les secteurs d'activités touristiques tel que l'on pu le constater au cours du XXV Congrès *Turismo y Empresa* organisé à Castellón de la Plana en 2022 (***) .

Ces constats statistiques et géographiques méritent donc une particulière attention pour tous les acteurs, publics ou privés, en charge des politiques et des études de marchés touristiques afin d'éviter des erreurs d'appréciation qui peuvent se révéler coûteuses non seulement sur le plan économique

et social mais aussi en terme d'aménagement et d'impacts territoriaux. Finalement, la seule observation géographique des données statistiques souligne déjà la diversité et la complexité rencontrées dans l'analyse des divers paramètres qui composent le *Système* touristique. L'analyse des *pratiques* de *loisirs* et des *destinations* permet d'en confirmer un développement et une extension spatiale inédite dans l'histoire du tourisme mondial. Il n'en demeure pas moins que l'attractivité touristique dépendra toujours des offres et de leurs localisations territoriales.

(*) Plus de 38 millions de touristes étrangers dont 11 millions de chinois en 2018 soit au total une progression de 300 % au cours de la dernière décennie. Données de l'Office National du Tourisme de Thaïlande.

(**) Or, si Venise est toujours classée parmi les principales villes touristiques mondiales alors que le *Centro Storico* et ses îles satellites forment le principal noyau d'accueil touristique, ne serait-il pas plus logique de classer la Cité des Doges parmi les principales îles touristiques mondiales? Cette contradiction spatiale, qui place les îles vénitiennes dans le classement des villes touristiques ne peut s'expliquer que par la seule prise en considération des limites communales dont la Terre Ferme occupe la majorité de la superficie et des habitants permettant de définir Venise comme une commune urbaine.

(***) *Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa*, Fundación Universitat Jaume I-Empresa Castellón de la Plana, 19-20 octobre 2022. <https://www.fue.uji.es/turismo>

RÉFÉRENCES

- Bottaro, Alain. 2014. «La villégiature anglaise et l'invention de la Côte d'Azur». *In Situ. Revue des Patrimoines* 24. En ligne: <https://insitu.revues.org/11060>.
- Boyer, Marc. 1996. *L'invention du tourisme*. Collection découvertes. Paris: Éditions Gallimard.
- Condeveaux, Aurélie, Maria Gravari-Barbas et Sandra Guinand. 2019. *Lieux ordinaires, avant et après le tourisme*. Collection «Recherche» du Puca, 239. Paris.
- Groizeleau, Vicent. 2017. *Le tourisme en pleine essor en Antarctique*. Mer et Marine, Groupe Le télégramme, Brest. <https://www.meretmarine.com/fr/croisieres/le-tourisme-en-plein-essor-en-antarctique>.

- López Olivares, Diego. 2010. «Una aproximacion e la estrategia territorial turismo sostenible» *Millars: Espai i Història* 33: 23-38.
- Lozato-Giotart, Jean-Pierre. 2021. «Tourisme et environnement: limites et quelles priorités pour un *OPTIMUM touristique?*». En *Apropriação e mercantilização da natureza na produção territórios turísticos*, eds. Eduardo Salinas e Edvaldo C. Moretti. Total Books.
- Oudouard, Albert. 1996. «Les fronts pionniers touristiques du sud de Tenerife et de la Grande Canarie ou une nouvelle organisation des espaces insulaires». *Méditerranée* 84: 19-22.
- Stendhal. 1992. *Mémoires d'un Touriste, 1938, dans voyages en France*. Collection «Bibliothèque de la Pléiade». Paris: Edit. Victor Del Litto.

APROXIMACIÓN A UNA METODOLOGÍA INTEGRADA DE ANÁLISIS REPUTACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS POSCOVID-19

OBDULIA MONTESERÍN ABELLA

Universitat Jaume I

Palabras clave: Reputación, metodología, sistema turístico integrado, destino, poscovid-19, cocreación, Castelló.

Keywords: Reputation, methodology, integrated tourism system, destination, pos-COVID-19, co-creation, Castelló.

1. ATRIBUTOS DE LA DEMANDA TURÍSTICA POSCOVID-19 Y SU INCIDENCIA TERRITORIAL

1.1. La caída del turismo internacional

Las cifras del turismo internacional en España han mostrado una caída del turismo sin precedentes. El retroceso de la actividad turística durante la pandemia por la COVID-19 la situaron en cifras similares a la actividad turística registrada en 1990. Las restricciones al tráfico aéreo supusieron, para el destino español, la caída del 72 % de las llegadas internacionales hasta octubre de 2020, lo que supuso la desarticulación del turismo internacional,

considerando la fuerte dependencia del turismo internacional cuya cuota aérea era superior al 70 % (OMT 2021).

El impacto de las restricciones a la movilidad fue especialmente relevante, ya que el destino español constituye el segundo destino turístico mundial, después de Francia, y el segundo, que más ingresos obtiene por turismo, después de EE. UU., (74.000 millones \$) (OMT 2019). Pero los impactos directos e indirectos de la desarticulación del turismo tuvieron efectos también en la economía y la calidad de vida, y afectó a gran parte del territorio turístico nacional.

La aportación del turismo al PIB pasó del 12,4 % al 4,3 % en 2019 y 2020, mientras que las llegadas internacionales se redujeron a 64.122.281 de turistas menos. Registraron una variación interanual de -71,84, que pasó de 83.509.151 a 19.386.870. Este hecho se tradujo en fuertes pérdidas de ingresos por gasto turístico, que supuso una pérdida de 72.172 millones de euros y una tasa de variación anual de -78,52. De la misma forma, se registró una fuerte pérdida de los afiliados a la actividad. Según Exceltur (2021), el sector turístico registró pérdidas del 85 % de afiliados a la actividad turística, mientras que el 56 % de los afectados por un ERTE correspondían a este sector. Paralelamente, la caída del empleo turístico medio anual a finales de 2020 se situaba en el 38,1 % (Exceltur 2021).

Desde la perspectiva territorial, han sido los destinos especializados en productos de sol y playa, cruceros y turismo de negocios, los más afectados, debido a la elevada dependencia de los mercados internacionales. Sin embargo, frente a la evidente caída de la actividad turística, tanto en destinos vacacionales como urbanos nacionales, los destinos menos dependientes de la demanda internacional han registrado caídas menores. Se ha podido observar un cambio de tendencia en los desplazamientos, que se han dirigido a entornos más seguros y de proximidad.

1.2. La nueva demanda turística en perspectiva territorial

1.2.1. La reconfiguración del turismo nacional

Los cambios producidos en la demanda tras la COVID-19 han reconfigurado un nuevo mapa de destinos mundiales y la emergencia del turismo

doméstico. A pesar de que se evidenció en 2019 un escaso impacto en la rentabilidad empresarial de toda la cadena de valor del sector, la duración de la estancia registró un crecimiento del 25 % (Exceltur 2020), que se produjo en forma de turismo doméstico.

Frente a la fuerte caída de la demanda en la costa mediterránea y en los destinos insulares, que cayó un 43,4 % respecto al año anterior (2019) (figura 1), algunos destinos urbanos del norte peninsular se han visto favorecidos por la reactivación de la movilidad interna entre junio y octubre de 2020, coincidiendo con el periodo de desescalada (Exceltur 2020). Los destinos españoles más afectados son los receptores de los principales mercados internacionales, especialmente, los asociados al producto sol y playa, y cruceros, este último, especialmente representativo en el caso de Catalunya.

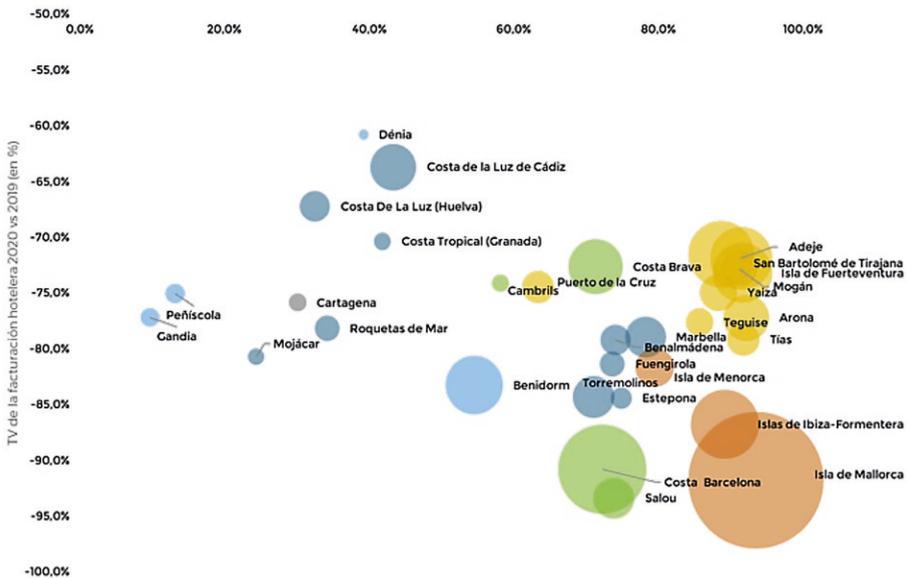


Figura 1. Caída de las pernoctaciones hoteleras del turismo internacional por destinos (2019). Fuente: Exceltur (2020, 18)

Frente a los principales destinos receptores de los mercados internacionales de 2020 como son Catalunya, con más de 19 millones; Baleares y Canarias, con una cifra superior a 13 millones; y Andalucía, con más de 12, a la cabeza de las pérdidas se encuentra Illes Balears (-87 %) seguido de Catalunya, Comunidad de Madrid (-77,66 %), Andalucía (77,51 %) y Comunitat Valenciana (-73,21 %). Los destinos con mayor demanda nacional como Costa de la Luz andaluza, litoral de Almería y Granada, el litoral de las provincias de Castelló y Valencia o Costa Cálida en Murcia han sufrido una menor caída en su rentabilidad en comparación con los más internacionalizados (Exceltur 2020).

Aquellos destinos que han registrado menos turistas en relación con el número de turistas internacionales recibidos en 2019, con pérdidas algo inferiores, son Castilla-La Mancha (-63,08 %), Navarra (-64,56 %) seguido de Castilla y León y Extremadura (-66,29 y -66,40 % respectivamente). Algunos destinos urbanos del norte se han visto favorecidos por la reactivación de la movilidad interna entre junio y octubre de 2020, coincidiendo con el periodo de desescalada. Santander, Oviedo o Gijón, y A Coruña y Lugo (aunque estas se vieron afectadas por brotes de la COVID-19 en verano) son los destinos urbanos con menores pérdidas en verano de 2020 atendiendo a indicadores de facturación, plazas de alojamiento hotelero y RevPAR (Exceltur 2020). Dentro de los destinos que responden a modalidades de turismo de interior/urbano, aquellos que registran una mayor demanda internacional como Santiago de Compostela, Bilbao y San Sebastián mostraron peores cifras de rentabilidad. Por el contrario, las menores pérdidas, situadas entre el 43,8 y el 48,9 %, se han producido en Asturias, Cantabria y Palencia, Lleida y Huesca, donde presumiblemente la temporada de deportes de invierno ha podido amortiguar el fuerte impacto de la pandemia (figura 2).

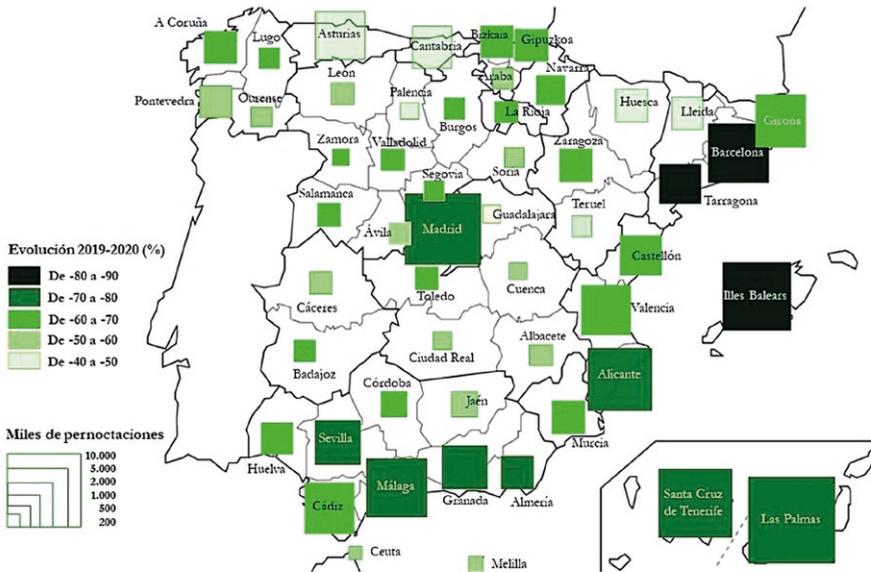


Figura 2. Pernoctaciones en alojamientos reglados (2019-2020).
Fuente: Méndez (2021, 104)

En general, los cambios referidos a la demanda interna sitúan la demanda en entornos más próximos y menos masificados. Turismo de proximidad, *staycation* o *holystay* son términos relacionados con la nueva demanda que exigen pensar en la creación de una oferta enfocada a una demanda más desestacionalizada, experiencial y de proximidad, incluso en su propia ciudad.

1.2.2. Perspectivas sobre la elección del destino en la actualidad

Desde la pandemia, los cambios que se vienen produciendo en la elección del destino siguen mostrando la adquisición y organización de los viajes con menor anticipación y a través de venta directa, la preferencia por los productos con cancelaciones más flexibles o las distancias más cortas y fuera de la temporada alta. Según el estudio realizado por parte de SEGITTUR y Minube (2021) el 73 % de los viajeros encuestados optará por un destino nacional, es decir, tres de cada cuatro viajeros españoles. Dentro de este 73 %, un 43 %

lo hará en uno ya conocido, y un 30 % en un nuevo destino. En primer lugar, con un 35 % de los viajeros se sitúa la preferencia por los destinos de sol y playa, mientras que, en segundo lugar, con un 31 % se encontrarán los destinos clasificados como rural y de interior. En tercer lugar, se sitúa el turismo urbano que, con un 13 %, se encuentra al mismo nivel de representatividad del turismo de ocio social, con familia o amigos. Por último, en cuarto lugar, se encuentra el turismo deportivo/aventura, que representa un 8 % de las preferencias según revelan las encuestas realizadas en el estudio. Entre las motivaciones para elegir el destino, casi la mitad (un 48 %) optará por un destino no masificado, mientras que el 22 % buscará seguridad y existencia de medidas preventivas contra la COVID-19. Frente a estas preferencias, solo el 13 % priorizará el precio, mientras que la sostenibilidad y responsabilidad será una motivación mencionada por el 17 % de los viajeros y el 20 % en el caso de los destinos ya conocidos.

Un 77 % de los viajes nacionales se realizarán en familia intergeneracional, o la propia unidad familiar (77 %), seguido de en pareja (76 %) o con amigos (70 %), mientras que los viajes realizados por un individuo representan el 50 % (SEGITTUR y Minube 2021). En todo caso, el número de viajes que prevén realizar será inferior a los realizados en 2019, debido a motivos de seguridad y motivos económicos, a pesar de que las previsiones de la OMT en 2023 es que los viajes internacionales se recuperen a niveles prepandémicos.

Según la encuesta, la duración de los viajes se reduce. El 42 % prevé un viaje de hasta una semana y un 38 % lo contempla por un tiempo entre una y dos semanas. Solo un 4 % se plantea una estancia superior a un mes. Por lo que respecta a la forma de organizar y adquirir el viaje y/o estancia, el 58 % de los viajeros optará por reservar directamente con el proveedor. Dentro de este 58 %, el 73,5 % elegirá un destino nacional. Frente a ese 58 % de viajeros que lo adquiere con el proveedor, el 29 % de los viajeros lo hará a través de una agencia de viajes. Un 71,8 % de los viajeros que usan una agencia de viajes física, elegirán un destino nacional, mientras el 49,1 % de los que utilizan los servicios de agencias *on line*, lo harán en el destino.

Tanto en el caso de los que utilizan servicios *on line* como en oficina físicamente, se puede observar que existe una preferencia por el destino nacional, seguido de destinos a Europa y, en menor medida, los destinos de larga distancia. A la seguridad que proporciona el hecho de viajar a un destino ya conocido, la disponibilidad de servicios digitales, no ya para gestiones relativas a la oferta, sino también para utilidad del viajero, es otro de los aspectos valorables a la hora de la elección del destino (un 47 %), ya que la

accesibilidad a la inteligencia o digitalización de servicios ofrece una mayor capacidad de personalización del servicio. Frente a este 47 %, un 23 % lo valora en la medida en que lo considera útil para evitar contacto físico e incrementar su seguridad. Un 10 % de los encuestados valora la tecnología para el consumo de contenidos disponibles de forma virtual a la hora de elegir su destino, mientras que el 20 % refiere el deseo de desconectar de la tecnología.

En resumen, los cambios en el denominado *leisure traveller* exigen la adaptación de los destinos a la nueva demanda. Entre los factores que determinan la elección de los destinos en el contexto pos-COVID-19 se encontrarían la existencia de medidas de higiene, accesibilidad a servicios médicos, la menor exposición al contacto directo entre los servicios ofrecidos y el visitante, es decir, la digitalización, y en relación a este último, se valorará la personalización y el uso de la tecnología contactless (valorado por un 30 % de los viajeros) pero a la vez, se valorará especialmente la empatía y hospitalidad en los servicios que, además, generan confianza (SEGITTUR y Minube 2021).

Desde la perspectiva territorial, destacamos el redescubrimiento por las ciudades secundarias vinculado a la emergencia de los *roadtrip* o el interés por favorecer un impacto positivo en el destino y la consecuente búsqueda de autenticidad y el descubrimiento de lo local (OMT 2020). En este último aspecto, serán los destinos de interior los que registren un incremento de la demanda, favorecido por la oferta gastronómica.

La flexibilidad laboral en el espacio físico, a su vez, podría generar una nueva demanda relacionada con el ocio, o favorecer el desplazamiento a un destino donde se podrá realizar la actividad laboral. En este sentido, existen algunos programas de fidelización como el de Marriot Bonvoy o el programa de teletrabajo Live and Work Anywhere diseñado por Airbnb para largas estancias.

2. DIMENSIONES DE LA REPUTACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO POS-COVID-19

2.1. Bases para la reputación integral de un destino turístico

Aunque existen estudios sobre reputación aplicada a distintos ámbitos, como a áreas geográficas, las investigaciones sobre el marco conceptual de la reputación han sido desarrolladas en el ámbito de la empresa. Es el

caso de los autores relacionados con la Teoría de Recursos y Capacidades como Barney (1991), Barney y Hansen (1994), Brigham y Weston (1994), Barney y Arian (2001) y Hernández y Peña (2008) u otros centrados en los atributos de la reputación social y empresarial como base de la reputación corporativa (De Castro, Navas y López 2006). Barney y Arian (2001) sitúan la reputación dentro de un tipo de recurso intangible relacionado con la tecnología y la capacidad organizativa, al mismo nivel que se encuentra la imagen y la marca, aspectos independientes al conocimiento, habilidades y motivaciones, que los situaría en otro grupo de recursos.

Existen distintos modelos de medición de la reputación en el sector empresarial (Grüninger y Fox 1995, Martínez León y Olmedo Cifuentes 2011). Por lo que respecta a la reputación social corporativa (Restrepo 2013), se ha estudiado, sobre todo desde la economía, el impacto que tiene la reputación en los resultados financieros de la empresa, o desde el marketing, el valor de la marca, tomando como referencia la credibilidad que tiene la empresa para sus clientes (Flavián Marco y Guinalú Blasco 2006). Otros autores como De Castro, Navas y López (2006) subrayan el potencial estratégico de la reputación y las relaciones empresariales como un recurso intangible con capacidad de crear valor y, por consiguiente, de establecer ventajas competitivas frente a otras empresas.

Villafañe (2004) señala tres dimensiones de la reputación. La primera, la axiológica, está relacionada con los valores culturales de la organización. La segunda está asociada al comportamiento corporativo a largo plazo y relacionado con los clientes, empleados y accionistas. Y, en tercer lugar, la actitud proactiva de la organización en cuestión de gestión y comunicación de la reputación. Atendiendo a Restrepo (2013), añadiríamos las construcciones que realiza la sociedad a partir de percepciones y representaciones mentales sobre lo que escuchan y ven, dotándoles de significado y, por consiguiente, de reputación.

Balán (2016) afirma que la reputación, como acto de opinión se convierte en un juicio cruzado por la percepción. La autora señala que constituye un proceso cognoscitivo mediante el cual a partir de la información del entorno permite formarse una representación de la realidad ante una situación específica, que deriva también de aspectos como su ideología y convicciones y que indirectamente está relacionada con las sensaciones y las emociones. Finalmente, concluye (Balán 2016, 17):

[...] la reputación es el conjunto de percepciones y apreciaciones que tienen los diversos públicos que interactúan en distintos sectores de la sociedad sobre lo que ha sido el resultado del comportamiento desarrollado a lo largo del tiempo y la capacidad para cubrir expectativas y aportar valor.

Otros estudios aplicados a estudios empíricos en el ámbito del turismo (Sánchez 2021) asumen marca, posicionamiento y comunicación como aspectos claves en el valor que el cliente otorga a un destino turístico. Esta valoración a menudo se establece a través de canales de opinión y valoración relacionados con las herramientas ewom (Electronic Word of Mouth). Y es que los canales de análisis y gestión de la reputación también han sido objeto de investigación, centrándose, sobre todo, en las redes sociales y canales de opinión. Del Fresno (2012) define la reputación *on line* como el resultado de lo que clientes, exclientes, futuros clientes, empleados, etc., dicen, escriben y transmiten a otros en cualquier parte de los medios sociales de Internet o social media a partir de sus percepciones y experiencia en cualquier momento de su relación, directa o indirecta con esa marca.

En todo lo señalado hasta ahora, la información disponible es lo que permite reputar. Bearden, Hardesty y Rose 2001 y Olsen 2003 afirman que la confianza está relacionada con la percepción del consumidor acerca de la accesibilidad a la información para poder utilizarla en la toma de decisiones respecto con la elección en la adquisición de productos, el conocimiento y protección ante posibles fraudes o estrategias comerciales de persuasión, la satisfacción y las reacciones del entorno por sus decisiones y la accesibilidad a interfaces para expresar o resolver sus dudas. El riesgo percibido repercute en una pérdida de confianza del visitante potencial y este cuenta, cada vez más, con acceso directo a información en tiempo que puede procurarle un cambio en su elección, alterando su percepción y comportamiento como consumidor (Andreu, Palomo y Stojanovic 2020).

La transversalidad del destino turístico y el contexto pos-COVID-19 exigen incorporar nuevas dimensiones a la reputación de un destino. A partir de los distintos modelos y experiencias de medición de la reputación podemos aproximarnos a una conceptualización básica de la reputación de un destino turístico. Si bien los modelos tradicionales de medición aplicados por la revista *Fortune*, *Financial Times*, Reputation Institute o Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOR), como las metodologías RepTrak TM, realizadas por el Foro de Reputación Corporativa y Reputation Institute, o el modelo de Alvarado y Schlesinger (2008) se centran en la empresa,

existe aplicabilidad a territorios y ciudades. Por ejemplo, la metodología RepTRak se aplica desde 2008 en diferentes países; en el caso de España la realizan Reputation Institute España y el Real Instituto Elcano. La reputación de España en el mundo tiene por objetivo analizar la percepción que tiene de España una muestra representativa del público general de 24 países, y la propia del país. En todo caso, por lo que respecta a atributos territoriales, se pregunta sobre variables relativas a aspectos de calidad de vida, nivel de desarrollo y calidad institucional (figura 3). Según el informe Country RepTrak®2021, España desciende un puesto en el *ranking*, al pasar del 13 al 14 del *ranking* de países con mejor reputación. Algo parecido sucede en la reputación dentro del mismo país, que ha descendido en 2021 con respecto a años anteriores, coincidiendo con la crisis sanitaria y económica. Esta reputación se obtiene a través del indicador Pulse, un indicador que mide el atractivo emocional del entrevistado a partir de la medición de estima, la confianza, la admiración y la buena impresión general y sus causas, para lo cual se especifican 17 atributos que tratan de medir los principales ámbitos de la realidad territorial de un área, que se corresponden con calidad de vida, con una ponderación de 36,7 % en el estudio realizado en 2021; nivel de desarrollo (26,5 %) y calidad institucional (36,8 %), sobre los que aplica la herramienta estadística *driver analysis*. Asimismo estas metodologías se han aplicado al ámbito de los servicios públicos y las ciudades (Merco Sociedad, Merco Sanidad, Merco Ciudad, Merco Universidad). Uno de los casos más relevantes para el estudio a futuro que planteamos, sobre la reputación turística de los destinos, es el caso de la metodología Merco Ciudad, ya que se plantea qué atributos definen la reputación de una ciudad a través de cuatro fases donde se plantean aspectos como: medioambientalmente sostenible, económicamente competitiva, socialmente cohesionada y solidaria, que cuente con una excelente gestión urbana, que sea atractiva y concentre capital intelectual. Por su parte, la metodología City RepTrak desarrollada por el Reputation Institute, inspirándose en el modelo RepTrak de empresa, utiliza también el indicador City RepTrak Pulse, para medir admiración, estima, confianza y buena impresión que genera una ciudad.

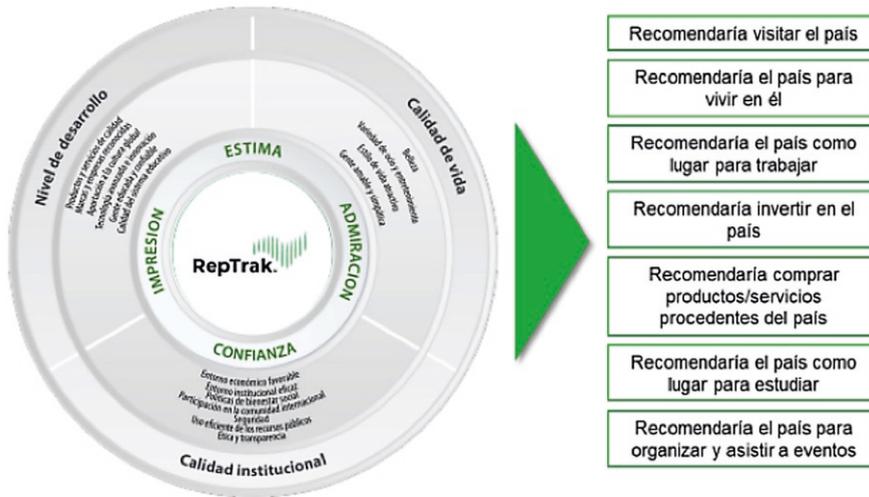


Figura 3. Atributos reputacionales del modelo Country RepTrak.
Fuente: Real Instituto Elcano y RepTrak Company (2021, 6)

Estudios empíricos en redes sociales y digitales como el realizado por el municipio de Peñíscola y la empresa Atribus (2021) en el marco de la red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunidad Valenciana (Red DTI-CV) persigue contar con elementos para mejorar su posicionamiento, gestión de crisis y análisis de la reputación a través del análisis de redes sociales y análisis de contenido en reseñas, frases clave o *hashtags*, con especial atención al impacto de quien emite este tipo de contenido interactivo en la Web, sin embargo, se desconocen aspectos vinculados al territorio y a atributos valorados por la demanda pos-COVID-19. Pero uno de los aspectos que nos interesa destacar de este estudio es la utilización del algoritmo Procesamiento de Lenguaje Natural (NPL) a través del cual se puede conocer el sentimiento asociado a las actividades turísticas realizadas o su grado de satisfacción, aspectos que permiten reputar, el mismo que utiliza DATESTUR elaborado por Mabrian Technologies según publica el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, basado en los índices: Índice Global de Satisfacción (GTPI), Índice de Productos Turísticos (TPI), Índice de Satisfacción Hotelera (HSI), realizado en el destino España y a cinco regiones turísticas: Canarias, Baleares, Costa del Sol, Costa Brava y Costa Blanca (figura 4). Estos han sido calculados en función del análisis semántico de las menciones en redes sociales (tecnología

PLN) y desagregado por orígenes. Otra de las metodologías a tener en cuenta son las llevadas a cabo por Exceltur en la realización del informe Monitor, que incorporan aspectos más territoriales y de planificación y gestión.

Índice de Percepción Turística Global (GTPI)	El índice de Percepción Turística Global mide el nivel global de satisfacción de los visitantes con el destino. Esta medición se realiza ponderando los 4 indicadores (TPI, PSI, PCI, HSI) y analizando la distribución del sentimiento general sobre el destino. Los valores obtenidos permiten conocer el nivel de satisfacción de viajeros de diferentes países y en diferentes épocas del año.
Índice de Producto Turístico (TPI)	Mide la satisfacción respecto a la oferta de actividades turísticas del destino en sus distintas categorías: Cultural, Gastronómico, Familiar, Turismo activo, Ocio nocturno, Shopping y Wellness.
Índice de percepción de la seguridad (PSI)	Mide el nivel de seguridad percibido por los visitantes segmentado por país.
Índice de Percepción del Clima (PCI)	Mide el nivel de satisfacción de los visitantes con el clima en el destino. Permite conocer las expectativas de los visitantes y ofrecer actividades más adecuadas a las condiciones climáticas.
Índice de Satisfacción de la Planta Hotelera (HSI)	Mide el nivel de satisfacción de los visitantes con toda la planta de alojamiento de un destino para los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, basándose en los comentarios sobre la oferta de alojamiento que los huéspedes comparten en las plataformas principales de <i>reviwes</i> hoteleras: Tripadvisor, Expedia y Booking por categoría, mercado de origen, departamento y tipos de servicio.
Índice Global de Sostenibilidad Turística (TSGI)	El Índice Global de Sostenibilidad turística mide el impacto y la perdurabilidad de la actividad turística en los destinos. Está compuesto por 6 indicadores de Sostenibilidad Turística que se obtienen a través del cruce de 30 indicadores diferentes, con carácter global y estandarizado, que son aplicables y comparables con cualquier destino del mundo. Los indicadores creados se enfocan específicamente a aspectos estructurales, sociales y económicos relacionados con la sostenibilidad del destino.

Figura 4. Índices de reputación del modelo utilizado por SEGITTUR. Fuente: A partir de Mabrian Technologies S, 2022. <https://mabrian.com/es/technology/index>

A pesar de los modelos existentes para medir la reputación, es inexistente una metodología que aborde la complejidad de la reputación turística de los destinos, al constituir un escenario más integral que el de una empresa turística o un producto turístico. De la misma manera, la reputación de destinos turísticos demanda investigaciones que permitan detectar atributos de medición ágiles, es decir, que permitan identificar con rapidez, aquellos aspectos que demanda y valora el visitante en cada contexto, como es el caso del contexto pos-COVID-19.

2.2. La reputación turística como factor de elección del destino

Existen estudios que muestran como la web 2.0 de los alojamientos generan una primera impresión en el potencial visitante (Khanra, Dhir, Kaur y Joseph 2021), también se ha podido comprobar como el contenido generado por los visitantes, en la TRavel 2.0 por ejemplo, constituyen factores determinantes en la reputación del destino turístico, como lo demuestran estudios basados en Tripadvisor y MiNube (Bastidas Manzano, Sánchez Fernández y Casado Aranda 2018), y también el denominado boca a boca (OWM, eOWM) al margen de las estrategias comerciales.

Independientemente a la gestión de la reputación, esta ha tomado especial relevancia en la época pos-COVID-19 cuando el turista potencial demanda unas necesidades. Como se ha visto, en el contexto pospandemia toma especial relevancia el uso de tecnologías que eviten el contacto con el visitante, además de las mejoras en el servicio ofrecido. El sector hotelero también sigue de cerca los avances tecnológicos, como la inteligencia artificial (IA) y la tecnología robótica (Tuomi, Tussyadiah y Stienmetz 2021), aunque aún existen pocos estudios sobre la implementación de este tipo de tecnología, tanto por parte del sector como acerca de la percepción del visitante sobre la incorporación de estas tecnologías.

De acuerdo con las tendencias de la demanda podemos establecer una serie de atributos que el turista valora durante el proceso de decisión de un destino. Uniendo aquellos atributos relacionados con el *lobby* turístico y otras de índole político y ético, como los atributos relacionados con la proximidad, el control local y la economía complementaria (Blanco y Blázquez 2020), la adecuación a las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 o al Pacto Verde Europeo, al turismo *slow* e

incluso con posicionamiento poscrecimiento, relacionado con transiciones socioecosistémicas (Romero-Padilla, Romero-Martínez y Navarro-Jurado 2020), abordarían de una forma más integral el análisis de la reputación del destino como territorio (figura 4).

2.3. Elementos para el análisis de la reputación del destino

La importancia de conocer y analizar la reputación de un destino turístico es la de contar con información favorable a la gestión turística, que abarca desde el *customer journey map* hasta el territorio, como objeto de planificación y gestión. Esta consideración del destino en perspectiva territorial obliga, necesariamente, a pensar en la territorialidad y sostenibilidad del sistema turístico integrado (López 2014, Vera Rebollo y Baños Castiñeira 2016) (figura 5). Por consiguiente, la reputación puede ayudar a medir resultados y objetivos.



Figura 4. Atributos en la elección del destino turístico (2021). Fuente: Autora

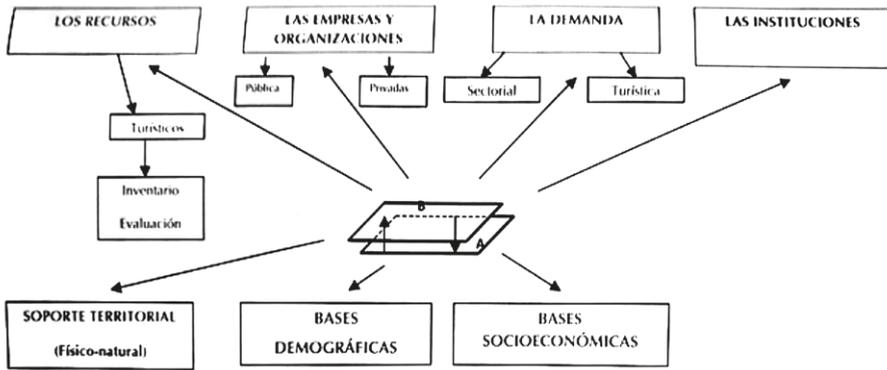


Figura 5. Elementos para el desarrollo turístico integrado.
 Fuente: López Olivares (2014, 51)

La mayoría de las herramientas de recuperación turística (Next Generation EU y el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia), a priori, evidencian más el esfuerzo por la recuperación de la actividad turística pre-covid19. Para ello las políticas turísticas favorecen la transformación del sector (transformación digital, reindustrialización y el pacto verde a favor de energías limpias) más que el planteamiento para generar cambios estructurales en el modelo territorial turístico a medio plazo. Sin embargo, algunos aspectos de la nueva demanda están relacionados con cambios en el modelo turístico tradicional. Parte de los atributos de la demanda como la preferencia por la cercanía de los desplazamientos, la emergencia de los *roadtrip* o la consideración de favorecer un impacto positivo en el destino y la consecuente búsqueda de autenticidad y el descubrimiento local (OMT 2020a) conectan con la consecución de objetivos de una política turística más en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU, con la emergencia climática, la transición energética y la digitalización de los destinos, situándose como claves estratégicas para pensar en destinos más sostenibles, inclusivos y competitivos. Pero también constituyen factores que pueden utilizarse como variables para el análisis de la reputación en el contexto pos-COVID-19. De esta manera, la información sobre la reputación a través de diversas herramientas, como el análisis semántico de contenidos, puede contribuir a la cocreación de valor y a la monitorización de los objetivos del modelo turístico y el modelo territorial deseado.

3. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS POSCOVID-19

3.1. Bases para el diseño de una metodología a partir de la cocreación de atributos de reputación

Pensar en el diseño de una metodología de análisis de la reputación de un destino turístico exige superar la visión sectorializada y reduccionista del turismo y el destino. A menudo el análisis de la reputación se centra en el *hospitality* o en un producto turístico. Por una parte, exige superar la visión economicista y centrada en el ámbito del *lobby* turístico, no solo por las implicaciones del territorio en la actividad turística y la satisfacción del visitante, sino también debido a los cambios que se han producido en la demanda turística y sus valores. Por otra parte, el diseño de estrategias de transformación de la industria turística por parte de la administración, orientadas a la digitalización y la revalorización de lo local (Monteserín 2018), también exige incorporar nuevos indicadores de monitorización de la implementación de nuevas estrategias.

De acuerdo con la metodología del sistema turístico integrado (López 2014) la propuesta pasa, por una parte, por la implementación de una visión más integral de la reputación, tanto en la metodología, ampliando los elementos y factores territoriales, como el entorno y los atributos de sostenibilidad y competitividad de las políticas públicas.

Una primera aproximación hacia un modelo de análisis de reputación de destinos con componente territorial pasa por recuperar las bases del modelo Country RepTrak del Real Instituto Elcano y RepTrak Company (figura 3), la metodología utilizada por SEGITTUR en relación con la reputación *online* y *social listening* para DTI (Destinos Turísticos Inteligentes) en relación con el índice GTPI (productos turísticos y con el servicio hotelero y cuál es la percepción del visitante en cuanto a seguridad y climatología) (figura 4), el modelo MONITUR 2018 (Exceltur 2019), aspectos de la metodología Merco (Ciudad) (2010) relativos a atributos y a los cuestionarios realizados, así como a investigaciones realizadas (Ivars Baidal y Vera-Rebollo 2021, Velasco 2021). De cada metodología se extraerá unos atributos sobre los cuales serán diseñados los ítems, las herramientas y las técnicas de análisis, con el objetivo de proporcionar un mapa colaborativo basado en la cocreación de los visitantes y a través de cuestionarios que serán realizados a los

stakeholders y expertos seleccionados para cada caso, sobre todo, en relación con aspectos de planificación y gestión del destino. En el análisis reputacional de destinos también se deberán diseñar análisis de correlación con otras variables correspondientes a los distintos perfiles del visitante (tabla 1).

Tabla 1. Principales fuentes para la selección de atributos de reputación de destinos

Metodología	Atributos reputacionales
City RepTrack	13 atributos sobre calidad institucional, nivel de desarrollo y calidad de vida.
SEGITTUR/ DATAESTUR/ Invat.tur: Red DTI- CV (Metodología Nethodology)	Índice de precios de consumo, demandantes de empleo, Servicios turísticos SICTED con Distintivo Preparado COVID-19, Empresas con certificación SAFE TOURISM, Red DTI, cobertura banda ancha.
MONITUR	4 de 7 pilares: visión de marketing estratégico y apoyo comercial; ordenación y competitividad del espacio turístico; diversificación y estructuración de productos, atracción del talento, formación y eficiencia de RR. HH.; prioridad política y gobernanza turística; desempeño en términos económicos y sociales.
Grado de cumplimiento de las estrategias turísticas públicas según el marco de las políticas turísticas actuales y los objetivos de las políticas según Velasco 2021	Crecimiento cuantitativo de la actividad a través de instrumentos financieros (aplicamos en esta propuesta en términos de equilibrio territorial y desarrollo), planificación, función normativa, coordinación de actores, conocer mejor el fenómeno mediante la producción de datos y su análisis y la formación, transformación tecnológica y el principio de sostenibilidad de la actividad y OMT 2020b (págs. 133-134).

Metodología	Atributos reputacionales
<p>Destinos resilientes según Ivars Baidal y Vera-Rebollo 2021 a partir de Invat-tur 2018 y propuesta de indicadores pos-COVID-19</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento de los indicadores del nivel estratégico-relacional (gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación), instrumental (conectividad, inteligencia), aplicado (información y marketing <i>on line</i>) e indicadores de evolución de la actividad turística. • Indicadores de seguridad y situación sanitaria (incidencia COVID-19 en áreas emisoras, Restricciones a la movilidad, Indicador sintético COVID-1, Indicador sintético COVID-1, tiempo de desplazamiento desde cada municipio hasta el hospital Número de habitantes por centro de salud. Y sobre aspectos más generales de la seguridad y las emisiones: aforo y medidas de control de afluencia en playas, aforo y medidas de gestión de visitantes en espacios públicos, certificaciones/sellos de seguridad sanitaria en el destino y en sus empresas, aforo y medidas de gestión de visitantes en espacios públicos, certificaciones/sellos de seguridad sanitaria en el destino y en sus empresas, número de actividades potencialmente contaminantes huella de carbono de los desplazamientos, intensidad media de vehículos en el municipio: emisiones de gases y partículas procedentes del transporte rodado con impacto en salud y gases con impacto en el clima, redes de monitorización de la calidad del aire, actividades de concienciación sobre contaminación (págs. 347-348).
<p>Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco (Merco Ciudad 2010)</p>	<p>Mejores ciudades para vivir, para trabajar, para hacer negocios, para estudiar, para divertirse, para visitar. A partir de encuesta a población general (1), evaluación de expertos (2), <i>benchmarking</i> de indicadores (3), Evaluación de Méritos (Evaluación Directa) (4) y Valoración del alcalde y la gestión municipal (población general).</p>

Metodología	Atributos reputacionales
Análisis de satisfacción en relación con la demanda pos-COVID-19	A través del análisis de contenido a través del PLN y la satisfacción del visitante en herramientas colaborativas y cuestionarios a expertos, visitantes y <i>stakeholders</i> .
	Cocreación de valor: mapa colaborativo de reputación de destino.

Fuente: Autora.

El esquema de la metodología de análisis de la reputación debe ir acompañado de ítems relativos a los elementos del sistema turístico. Por una parte, es necesario realizar encuestas tanto a los visitantes como a los expertos. Por otra parte, será necesario el análisis en herramientas colaborativas (reseñas de opinión y analíticas obtenidas por herramientas de análisis, así como las redes sociales). Aspectos como la experiencia y grado de satisfacción de los visitantes, sobre quienes están hablando sobre el destino, quienes lideran la conversación (*influencers*), sobre los descriptores reputacionales con los que se asocia el destino o como se posiciona el destino frente a otros destinos competidores, son algunas de las respuestas que permiten establecer el grado de cumplimiento de los objetivos del destino.

La participación de distintos actores en la metodología así como la posibilidad de desarrollar metodologías participativas y colaborativas favorecen el proceso de la cocreación como un proceso colaborativo que permite la adecuación a la demanda y las necesidades, tanto de la población residente, como del destino y de los visitantes. Además, las prácticas participativas y colaborativas favorecen la creación de productos y la gestión eficiente de destinos.

3.2. Selección del estudio de reputación del destino Castelló

Los datos de la actividad turística pos-COVID-19 reflejan el mantenimiento, y en algunos casos, el incremento del turismo doméstico. Según el INE (2022), el turismo interior interprovincial durante el mes de mayo

asciende un 17,6 % con respecto a 2021. De los seis municipios estudiados se extrae que son las comunidades autónomas de Andalucía, Catalunya y Comunidad de Madrid las que reciben más turistas y dentro de estas, las visitas se concentran en los municipios de Madrid, Barcelona y Sevilla (tabla II). Desde la Comunitat Valenciana los desplazamientos que se producen dentro de la misma comunidad se dirigen a Dénia, Xàbia, Castelló de la Plana y Benicàssim.

Tabla II. Destinos preferidos por los residentes de los municipios con más habitantes (2022)

Madrid	Barcelona	València	Sevilla	Zaragoza	Málaga
Barcelona	Madrid	Madrid	Madrid	Madrid	Madrid
Sevilla	Catalfell	Dénia	Almonte	Jaca	Sevilla
València	Palafrugell	Jávea/Xàbia	Rota	Barcelona	Granada
Córdoba	Vendrell (El)	Barcelona	Chipiona	Salou	Córdoba
Málaga	Tarragona	Alicante/Alacant	Isla Cristina	Huesca	Tarifa
Alicante/Alacant	Lloret de Mar	Castelló de la Plana	Puerto de Santa María (El)	Peníscola/Peñíscola	Jerez de la Frontera
Granada	València	Benidorm	Lepe	Cambrils	Barcelona
Zaragoza	Castell-Platja d'Aro	Benicasim/Benicàssim	Punta Umbría	Sabiñánigo	Almería
Toledo	Blanes	Murcia	Jerez de la Frontera	Biescas	Chiclana de la Frontera
Valladolid	Girona	Sevilla	Chiclana de la Frontera	València	Conil de la Frontera

Fuente: INE (2022, 3).

Según datos del INE referidos a enero de 2023, a partir de los desplazamientos registrados por posicionamiento de móviles, se ha podido observar la tendencia al aumento de las visitas a la provincia de Castelló. Las visitas han aumentado en 8.373 procedentes del resto de CC. AA. y de 1.928 procedentes de la Comunitat Valenciana. En todo caso, se registra un aumento sostenido de las visitas desde 2020 (tabla III).

Tabla III. Desplazamientos realizados a la provincia de Castelló

Procedencia	2020	2021	2022
Total nacional	2.766.555	3.402.749	3.475.726
Comunitat Valenciana	1.265.331	1.536.197	1.405.429

Fuente: A partir de INE (2022). <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=8578&capsel=8581>.

La Comunitat Valenciana evidencia un reposicionamiento en el *ranking* de competitividad turística MONITUR 2018, situándose en el cuarto puesto después de País Vasco, Canarias y Comunidad de Madrid (figura 6). Este hecho permite formular algunas propuestas de investigación acerca de:

- Factores del posicionamiento pos-COVID-19 de la Comunitat Valenciana en relación con la implementación de medidas y adecuación a los nuevos atributos de la demanda.
- A nivel territorial, la equidad de la distribución de la demanda dentro de la Comunitat.
- En relación con lo anterior, sobre los destinos que han registrado un incremento de la demanda desde 2020 y su relación con la reputación del destino.

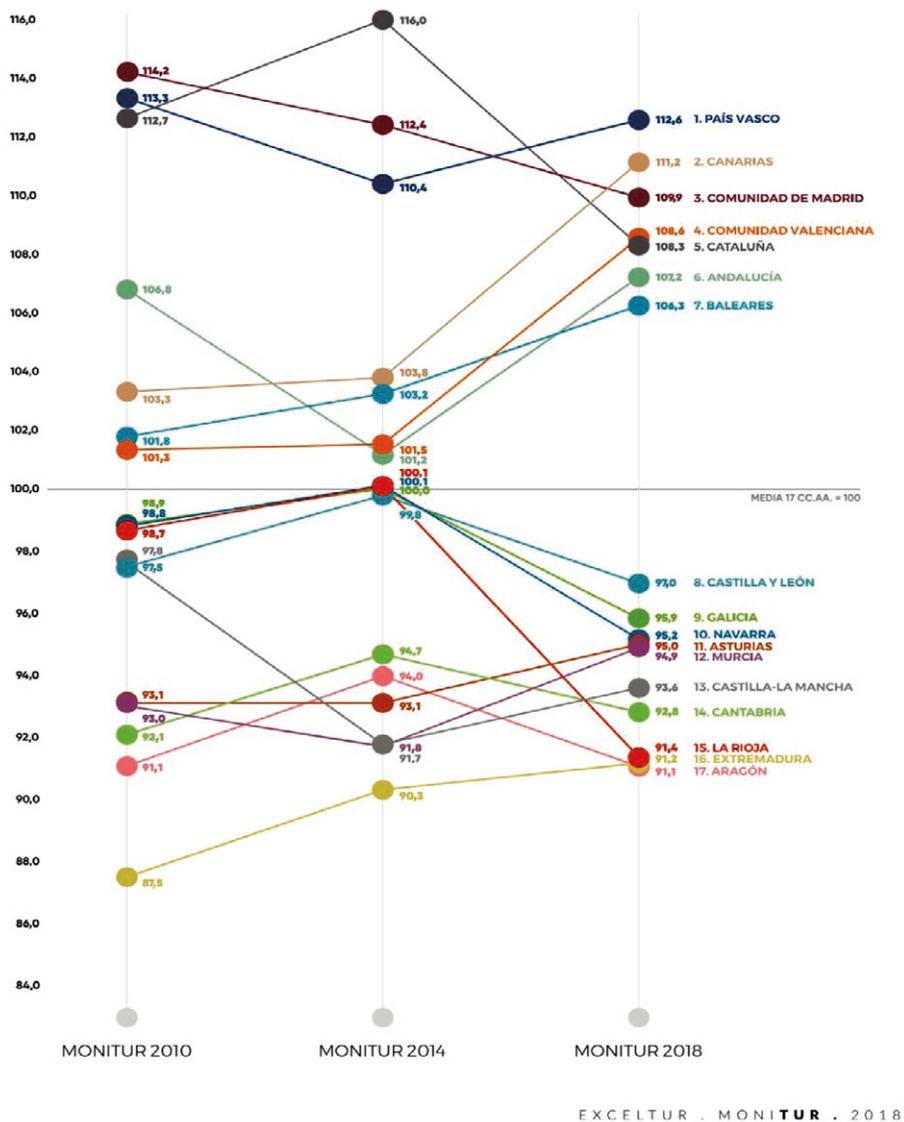


Figura 6. Evolución de la posición de competitividad de la Comunitat Valenciana según MONITUR (unidades medias anuales). Fuente: Exceltur (2019, 21)

A nivel municipal se ha producido el incremento de visitantes en 2021 con respecto a 2020 de forma generalizada (figura 7). Mientras que en 2022, cuando la pandemia remite, en el contexto de nueva normalidad, se produce un descenso de visitas que, en muchos casos, sitúan los datos en cifras de prepandemia.

En la tabla IV se encuentran seleccionados, por un lado, los municipios que en 2022 registran variaciones positivas con respecto a 2020, registrando en torno a 200 y más desplazamientos turísticos. En este grupo se hallan los municipios que va de Zucaina (178) a La Llosa (1.723). Al otro lado, se sitúan los municipios que han registrado pérdidas en 2022 con respecto a 2020. En este grupo se hallan municipios próximos a pérdidas de 200 visitantes, como el caso de Cinctorres con pérdidas de 181 a Cervera del Maestre con pérdidas de 156 visitas.

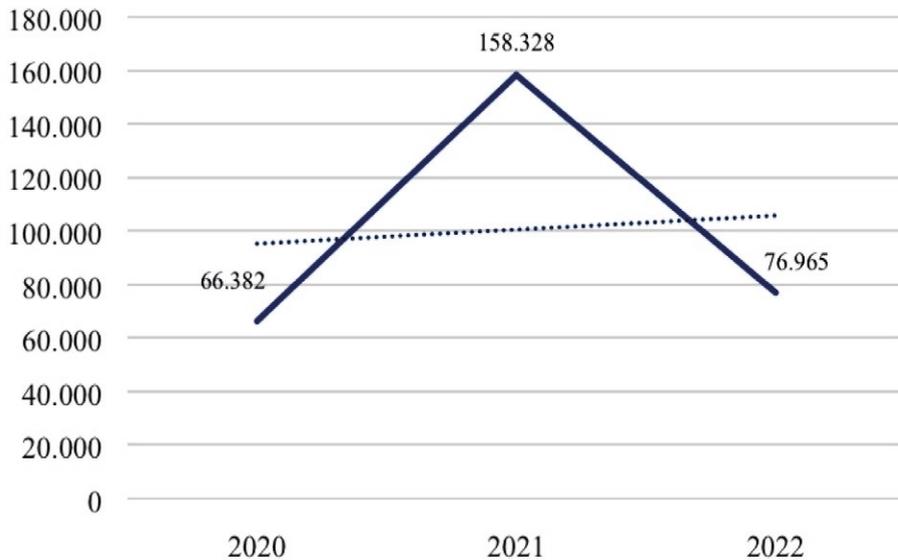


Figura 7. Evolución de las visitas a la provincia de Castelló.

Fuente: A partir de INE, 2022

Tabla IV. Desplazamientos turísticos a municipios de Castelló de interior o litoral no masificado

Municipio	Años					Variación	
	2020	2021	2022	2021-2020	2021-2022	2022-2020	
Destino	2020	2021	2022	2021-2020	2021-2022	2022-2020	
Aín	1.155	1.470	1.392	315	-78	237	
Albocàsser	856	1.450	668	594	-782	-188	
Alcalà de Xivert	1.198	1.478	900	280	-578	-298	
Algimia de Almonacid	428	1.319	1.119	891	-200	691	
Almassora	491	1.759	672	1.268	-1.087	181	
Almedijar	391	1.835	968	1.444	-867	577	
Alqueríes, les / Alquerías del N. P.	735	1.184	481	449	-703	-254	
Atzeneta del Maestrat	922	1.297	683	375	-614	-239	
Ayódar	211	1.517	472	1.306	-1.045	261	
Benafer	867	2.288	1.299	1.421	-989	432	

Municipio	Años				Variación	
	2020	2021	2022	2021-2020	2021-2022	2022-2020
Destino	2020	2021	2022	2021-2020	2021-2022	2022-2020
Betxí	604	1.229	809	625	-420	205
Borriana/Burriana	683	1.483	482	800	-1.001	-201
Càlig	455	1.570	659	1.115	-911	204
Canet lo Roig	759	1.441	829	682	-612	70
Castellnovo	763	1.267	479	504	-788	-284
Castelló de la Plana	1.318	1.356	903	38	-453	-415
Caudiel	711	1.112	531	401	-581	-180
Cervera del Maestre	1.681	1.124	625	-557	-499	-1.056
Cinctorres	380	1.559	209	1.179	-1.350	-171
Cortes de Arenoso	527	1.533	705	1.006	-828	178
Culla	589	956	887	367	-69	298
Gaibiel	648	2.416	1.629	1.768	-787	981

Municipio	Años			Variación		
	2020	2021	2022	2021-2020	2021-2022	2022-2020
Sueras/Suera	282	1.512	509	1.230	-1.003	227
Tales	390	2.396	1.219	2.006	-1.177	829
Teresa	1.178	1.890	1.700	712	-190	522
Tírig	352	1.108	575	756	-533	223
Todoilella	30	2.531	455	2.501	-2.076	425
Torás	604	2.731	1.582	2.127	-1.149	978
Traiguera	822	1.848	1.017	1026	-831	195
Vilafamés	921	1.841	617	920	-1.224	-304
Zorita del Maestrazgo	164	981	369	817	-612	205
Zucaina	304	758	482	454	-276	178
Total provincia	66.382	158.328	76.965			

Fuente: A partir de INE, 2022. *Datos disponibles en municipios que registraron al menos 30 turistas. https://www.ine.es/experimental/turismo_moviles/exp_moviles_turismo_interno.pdf

El análisis a nivel municipal permite identificar a un conjunto de destinos, de interior o de litoral que no constituye un destino principal en la provincia, que han incrementado las visitas en 2022 y cuyas cifras siguen siendo superiores a los datos registrados en 2020. Al otro lado, los destinos que han registrado pérdidas considerables en este intervalo. La propuesta de aplicación metodológica es al caso de los municipios que han perdido y ganado un considerable número de visitas en el periodo pos-COVID-19 con el fin de analizar: (i) en qué medida el contexto de pospandemia ha favorecido a los destinos menos turísticos, sobre todo, a los de interior; la presencia de nuevos atributos de consumo en la reputación del destino (ii); y la valoración de ítems que permitan un análisis de la reputación desde la perspectiva más integral y territorial del destino en torno a variables relacionadas con la calidad del entorno, la valorización de lo local, la implementación de acciones de sostenibilidad y contribución al desarrollo local, digitalización de servicios y productos o aspectos como la valoración del entorno en otras perspectivas no solo la turística, es el caso de su valoración para residir o desarrollar una actividad laboral en él.

5. CONCLUSIONES

Los cambios producidos en la demanda tras la COVID-19 han reconfigurado un nuevo escenario para los destinos turísticos. Los cambios referidos a la demanda interna sitúan la demanda en entornos más próximos y menos masificados. Turismo de proximidad, *staycation* o el *roadtrip* son términos relacionados con la nueva demanda que exigen pensar en la creación de una oferta enfocada a una nueva demanda: más desestacionalizada, experiencial y de proximidad.

Por una parte, aspectos como el uso de tecnologías digitales que permitan mejorar el servicio así como implementar protocolos sanitarios, favorecer un impacto positivo en el destino, la búsqueda de autenticidad y el descubrimiento de lo local; y, por otra, las condiciones de flexibilidad laboral que permite desarrollar actividades laborales en un espacio fuera del entorno habitual (programas de fidelización de Marriot Bonvoy o el programa de teletrabajo Live and Work Anywhere) constituyen nuevos factores de la demanda que pueden incidir en la reputación del destino. Los atributos territoriales del destino como los relacionados con la calidad de vida, el nivel de

desarrollo, la calidad institucional o, incluso, lo relativo al turismo *slow*, el posrecimiento o las transiciones socioecosistémicas en general (Romero-Padilla, Romero-Martínez y Navarro-Jurado 2020) cobran una especial relevancia en el contexto pos-COVID-19.

La transversalidad del turismo exige pensar en una metodología de reputación de destinos más transversal e integral, que incorpore no solo aspectos relacionados con el *lobby* turísticos sino, también, con todos los elementos del sistema turístico (López 2014) y los atributos de demanda pos-COVID-19. Algunos de los modelos tradicionales de medición de la reputación en el ámbito de la empresa, del *hospitality*, o de un producto turístico han tenido aplicabilidad a territorios y ciudades, por ejemplo, la metodología RepTRak o Merca Ciudad.

A pesar de los modelos existentes para medir la reputación, es inexistente una metodología que aborde la complejidad de la reputación turística de los destinos en perspectiva territorial y que resulten ágiles. El diseño de una metodología de análisis de la reputación de un destino turístico exige superar la visión sectorializada y reduccionista del turismo y el destino.

De acuerdo con nuestro planteamiento, se proponen futuras investigaciones relacionadas con los factores del posicionamiento pos-COVID-19 en relación con la implementación de medidas y adecuación a los nuevos atributos de la demanda; a nivel territorial, la equidad de la distribución de la demanda en destino; y, en relación con lo anterior, sobre los destinos que han registrado un incremento de la demanda desde 2020 y su relación con la reputación del destino en la provincia de Castelló.

REFERENCIAS

- Alvarado Herrera, Alejandro y María Waleśka Schlesinger Díaz. 2008. «Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el Modelo de Carroll». *Estudios Gerenciales* 24(108): 37-59.
- Andreu Simó, Luisa, Jesus Palomo e Igor Stojanovic. 2020. «Recuperar la confianza de los turistas: medidas a implementar». En *Turismo Post Covid-19: El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*, dir. Francisco Javier Melgosa. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 95-112.

- Balán Villarroel, Melania Josefina. 2016. *Reputación de destinos turísticos: un enfoque desde plataformas colaborativas*, dir. tesis Carlos de las Heras Pedrosa. Málaga: Universidad de Málaga.
- Barney, Jay. 1991. «Firm resources and sustained competitive advantage». *Journal of Management* 17(1): 99-120.
- Barney, Jay y Asli Arıkan. 2001. «Resource-based view: Origins and implications». En *The blackwell handbook of strategic management*, eds. Michael A. Hitt, R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison. Malden, MA: J. Blackwell, 124-188.
- Barney, Jay y Mark. H. Hansen. 1994. «Trustworthiness as a source of competitive advantage». *Strategic Management Journal* 15: 115-190.
- Bastidas Manzano, Ana Belén, Juan Sánchez Fernández y Luis Alberto Casado Aranda. 2018. «La influencia de la web en la reputación online: el caso de Tripadvisor y Minube». *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio* 4: 3-27.
- Bearden, William O., David M. Hardesty y Rose Randall. 2001. «Consumer Self-Confidence: Re-examinations in Conceptualization and Measurement». *Journal of Consumer Research* 28(1): 121-134.
- Blanco Romero, Asunción y Macià Blázquez Salom. 2020. «Domesticar el turismo. La proximidad en la desescalada». *Alba Sud* (14 de mayo). <http://www.albasud.org/noticia/1216/domesticar-el-turismo-laproximidad-en-la-desescalada>.
- Brigham, Eugene F. y J. Fred Weston. 1994. *Fundamentos de administración financiera*. México: McGraw Hill.
- Exceltur. 2018. «MONITUR. Monitor de Competitividad Turística de las CC. AA».
- . 2019. «MONITUR 2018. Monitor de Competitividad Turística de las CC. AA.». https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/04/Monitur-2018_Informe-completo-marzo2019.pdf.
- . 2020. «Balance empresarial y escenario impacto Covid-19». *Perspectivas Turísticas* 74. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/10/Informe-Perspectivas-N74-Balance-empresarial-y-escenario-impacto-Covid-19-IIIT-Completo.pdf>.
- . 2021. Barómetro de Rentabilidad y Empleo, 32. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2021/02/Baro%CC%81metro-Rentabilidad-y-el-Empleo-Enero-Diciembre-2020.pdf>.

- Flavián Marco, Carlos y Miguel Guinalú Blasco. 2006. «Consumer trust, perceived security, and privacy policy: three basic elements of loyalty to a website». *Industrial Management and Data Systems* 106(5): 601-620.
- Fresno García, Miguel del. 2012. *El consumidor social: Reputación online y social media*. Barcelona: UOC.
- Grüninger, Michael y Mark Fox. 1995. «Methodology for the Design and Evaluation of Ontologies». En *IJCAI Workshop on Basic Ontological Issues in Knowledge Sharing*. Menlo Park CA, USA: AAAI Press. <http://stl.mie.utoronto.ca/publications/gruninger-ijcai95.pdf>.
- Hernández Perlines, Felipe e Isidro Peña García-Pardo. 2008. «Efectividad de la estrategia de recursos humanos: modelo integrador de la teoría de recursos y capacidades y la teoría del comportamiento en las entidades financieras de la economía social». *Revesco: Revista de Estudios Cooperativos* 94: 27-58.
- INE. 2022. Medición del turismo interno interprovincial a partir de la posición de los teléfonos móviles. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=8578&capsel=8581>.
- Ivars Baidal, Josep Antoni y José Fernando Vera-Rebollo. 2021. «Sostenibilidad y resiliencia de los destinos turísticos litorales: apuntes desde el enfoque de los destinos inteligentes». *Terra. Revista de Desarrollo Local* 8: 332-360.
- Khanra, Sayantan, Dhir Amandeep, Kaur Puneet y Joseph Rojers, P. 2021. «Factors influencing the adoption postponement of mobile payment services in the hospitality sector during a pandemic». *Journal of Hospitality and Tourism Management* 46: 26-39.
- López Olivares, Diego. 2014. *Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística: estudio de casos*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Mancini, Jenifer A. 2015. «Turismo Slow. Una nueva tendencia turística». *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo* 8. <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/turismo-slow.html> Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/turismo-slow.html>.
- Martín de Castro, Gregorio, José Emilio Navas López y Pedro López Sáez. 2006. «Business and Social Reputation: Exploring the Concept and Main Dimensions of Corporate Reputation». *Journal of Business Ethics* 63:361-370.

- Martínez León, Inocencia M.^a y Isabel Olmedo Cifuentes. 2011. «Medida de la reputación empresarial en pymes de servicios». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 20(3): 77-102.
- Méndez Gutiérrez del Valle, Ricardo. 2021. *Sitiados por la pandemia. Del colapso a la reconstrucción: una geografía*, 2.^a edición. Madrid: Revives. <https://revives.es/wp-content/uploads/2020/09/SITIADOS-POR-LA-PANDEMIA.pdf>.
- Monteserín Abella, Obdulia. 2018. «La valorización del territorio desde lo social y lo político: atraktividad y patrimonio como base de un nuevo desarrollo». En *Cómo hacer del territorio cuestión política de Estado. Elementos para la coordinación de las políticas de Ordenación del territorio*, eds. Joaquín Farinós y Enrique Peiró. Valencia: Tirant Humanidades, 1205-1226.
- Olsen, Svein Ottar. 2003. «Understanding the relationship between age and seafood consumption: the mediating role of attitude, health involvement and convenience». *Food Quality and Preference* 14: 199-209.
- OMT-UNWTO. 2019. Panorama del turismo internacional. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>.
- . 2020a. «COVID-19 y Turismo. Análisis anual». https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020_analisis_anual_0.pdf.
- . 2020b. Prioridades de la OMT para la recuperación del turismo.. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/200606%20%20UNWTO%20Global%20Guidelines%20to%20Restart%20Tourism%20ES.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2020].
- . 2021. Barómetro OMT del Turismo Mundial, 19(4). <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometeresp>.
- Real Instituto Elcano. 2021. «La reputación de España en el mundo. Country RepTrak®2021». <https://www.realinstitutoelcano.org/encuestas/la-reputacion-de-espana-en-el-mundo-country-reptrak2021/>.
- Restrepo, María del Mar. 2013. *Uso de Medios digitales en la gestión de la reputación corporativa: Diálogo con públicos de interés y dimensiones de percepción en Webs, Blogs, Facebook y Twitter*, dir. TFM José Manuel Martínez Bouza. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Romero-Padilla, Yolanda, Juan M. Romero, Enrique Navarro Jurado. 2020. «Reflexiones desde el post-crecimiento ideas, estrategias y tácticas para el turismo post-covid-19». En *Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación*, dir.

- Felio José Bauuzá y Francisco Javier Melgosa. Salamanca: Universidad de Salamanca, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, AECIT, 57-75.
- Sánchez Rodríguez, Elisabet. 2001. «Análisis de la reputación online del turismo de balnearios en España: acercamiento a su visibilidad web en tiempos de covid-19». *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* 24:71-87.
- SEGITTUR y Minube. 2021. *El nuevo viajero: Así prepara su futuro el sector turístico*. Madrid: Secretaría de Estado de Turismo.
- Tuomi, Aarni, Lis Tussyadiah y Jason Stienmetz. 2021. «Applications and implications of service robots in hospitality». *Cornell Hospitality Quarterly* 62(4):232-247.
- Velasco González, María. 2021. «Políticas turísticas ante una pandemia». En *La planificación y gestión territorial del turismo*, coord. Moisés R. Simancas Cruz. Barcelona: Síntesis, 131-145.
- Vera Rebollo, Fernando José y Carlos Javier Baños Castiñeira. 2016. «La dimensión territorial del turismo: Los objetos de la ordenación territorial de áreas turísticas: la definición del sistema turístico». En *La planificación y gestión territorial del turismo*, coord. Moisés R. Simancas Cruz. Barcelona: Síntesis, 51-84.
- Villafañe, Justo. 2004. *La buena reputación*. Madrid: Pirámide.

PERSPECTIVES SOBRE LA URBANITZACIÓ TURÍSTICA EN UN CONTEXT DE TRANSICIÓ

SALVADOR ANTON CLAVÉ

Universitat Rovira i Virgili

Paraules clau: Urbanització turística, transició, postcreixement, litoral mediterrani, geografia del turisme, geografia urbana.

Palabras clave: Urbanización turística, transición postrecimiento, Litoral mediterráneo, geografia del turismo, geografia urbana.

Keywords: Tourism Urbanization, Transition, Postgrowth, Mediterranean Coast, Tourism Geography, Urban Geography.

L'obra *El turisme a l'EURAM. La Xarxa de costa* publicada per l'Institut Ignasi Vilallonga d'Economia i Empresa l'any 2016 analitza el paper del turisme a l'espai mediterrani catalano-valenciano-balear, les dinàmiques estructurals i conjunturals dels diferents territoris que el conformen, la seva implantació a la franja litoral i els fluxos vacacionals que li han donat forma històricament (Català 2016). Amb més d'1,4 milions de places d'allotjament hotelier i més de 1,5 milions de places en habitatges d'ús turístic (incloent a Catalunya tant les comarques catalanes de l'Estat espanyol com les de l'Estat francès) l'any 2022, generació de valor i d'ocupació laboral, infraestructures i residencialisme, impacte ambiental i disparitat de rendes, empenedoria i dinamisme inversor són alguns dels elements que, en un context on s'ha fet

* Aquest text es beneficia d'idees i reflexions prèviament exposades en el document sobre turisme elaborat per al número monogràfic que sobre la recuperació econòmica post-COVID a Catalunya va publicar la *Revista Econòmica de Catalunya* (Anton Clavé 2021).

present de manera creixent l'economia col·laborativa, la digitalització i l'emergència climàtica, poden caracteritzar, a partir del llibre, els espais de costa amb major intensitat de freqüentació turística d'aquests territoris.

L'obra permet observar com el turisme configura a Catalunya, València i les Illes Balears una important cadena de valor econòmic, una significativa ocupació de l'espai i una intensa dinàmica en termes de mobilitat cap a i en el si de les destinacions litorals consolidades. A elles se les hi ha de sumar, turísticament, les mateixes capitals, Barcelona, València o Palma, que s'han convertit en algunes de les destinacions d'Europa més desitjades per a viatjar. L'obra permet també identificar com el turisme ha esdevingut, sovint per causa de les dimensions que ha adquirit en algunes localitzacions, així com per determinades pràctiques i impactes no desitjats, l'element central de diferents debats ideològics, polítics, acadèmics i socials en tant que manifestació característica –icònica gairebé es podria dir– del capitalisme, la globalització i el domini de la mobilitat en les relacions socials, econòmiques, materials i financeres. En aquest sentit, per exemple, aproximacions crítiques complementàries com la publicada recentment per Buades (2022) destaquen com en aquests territoris el turisme pot magnificar desequilibris i generar noves crisis urbanes, socials i ambientals. Tot plegat en un context territorial on si la urbanització per causa del turisme té un pes significatiu, les antigues àrees industrialitzades perden pes, emergeixen la sostenibilitat i la innovació com a vies genèricament acceptades per a donar respostes als reptes globals i locals i es propicien processos inèdits fins fa poc de reformulació territorial i desurbanització de les destinacions (Capella 2012; Blázquez-Salom, Blanco-Romero, Vera-Rebollo i Ivars-Baidal 2019).

El mateix any 2016 es va publicar també *Off the plan. The Urbanisation of the Gold Coast* (Bosman, Dedekorkut-Howes i Leach 2016). És una obra col·lectiva que aborda la història d'aquest tram de costa de Queensland, a Austràlia (inclosa la seva afectació potencial en relació amb les dinàmiques del canvi climàtic), la seva trajectòria com a espai de vacances, el seu desenvolupament immobiliari, els canvis en el paisatge, l'arquitectura i les polítiques que s'hi han implementat. La mirada que sobre la Gold Coast donen els seus autors se situa més enllà de la perspectiva sobre les seves característiques i dimensions com a espai de vacances i destaca la seva condició d'espai urbà, que els seus autors consideren un dels seus principals condicionants del futur. En el capítol final, «Looking beyond the horizon», Dedekorkut-Howes i Bosman (2016, 164), afirmen taxativament que

com ha demostrat aquest llibre, juntament amb la seva població, la complexitat de la ciutat també ha crescut de manera que la Gold Coast ja no és una ciutat d'una indústria. [...] A mesura que la població de Gold Coast envelleixi i a mesura que les generacions més joves produeixin i es comprometin amb noves iniciatives, també canviarà la posició de Gold Coast en relació a la diversió. Això obre oportunitats per imaginar el futur de la ciutat i planteja noves possibilitats en relació a la investigació sobre i d'aquest producte urbà en evolució implacable i ràpida com és la Gold Coast.

Encara que tot procés d'urbanització turística està emmarcat per les seves condicions geogràfiques, socioeconòmiques i culturals específiques, pels fluxos particulars de negociació del poder a la comunitat i per l'abast del lideratge públic o privat en els esquemes de planificació, gestió i govern (Anton Clavé 2022), la lectura d'aquests dos textos, tot i que ben diferents tant pel que fa al tractament de la qüestió com a l'escala i la complexitat del territori que aborden, un sobre la costa catalano-valenciano-balear i l'altre sobre la Gold Coast a Queensland, m'obre la porta, en aquesta col·laboració en el volum d'homenatge al professor Diego López Olivares, a recordar converses tingudes amb ell sobre la necessitat de debatre i fer recerca en relació amb el llegat urbà d'algunes de les actuals destinacions litorals de turisme de vacances, sobre la capacitat d'aquests espais d'evolucionar de manera adaptativa a mitjà i llarg termini i sobre la seva resiliència a esdeveniments crítics en el curt termini. Algunes d'aquestes qüestions les havíem conversat personalment sobretot pensant en els litorals català i valencià. Vegeu, en aquest sentit, les pròpies aportacions al respecte del professor López Olivares a López Olivares (2015), López Olivares i Ferreres (2012) i López Olivares, Anton Clavé, Navarro, Perelli i Sastre (2005).

Aquestes són també, de fet, algunes de les temàtiques centrals que es van debatre, d'altra banda, l'any 2016 a la Faculty of Architecture and Built Environment de la University of Westminster en un esdeveniment titulat «Diversifying coastal destinations» amb un argument ben clar:

Moltes destinacions [litorals] han confiat tradicionalment en les platges i altres recursos costaners per atraure turistes. No obstant això, diversos problemes relacionats amb la viabilitat i la sostenibilitat del turisme costaner han impulsat aquests llocs a desenvolupar nous productes, nous mercats i noves identitats. [Aquestes] destinacions es posicionen cada cop més com a ciutats vora el mar, més que com a ciutats costaneres.

Reflexionar sobre la sostenibilitat d'aquestes destinacions –que és, d'altra banda, junt amb la digitalització, una de les dues problemàtiques crítiques que identifica l'OCDE en el seu informe sobre tendències i polítiques de turisme (OCDE 2020)– en un context, com l'actual, de transició en múltiples aspectes turístics, socials, econòmics, urbans, tecnològics, energètics i ambientals, significa, per tant, no només tenir la possibilitat de plantejar un nou pensament que guiï l'acció al respecte i no només contemplar la necessitat d'articular un renovat alineament de la dinàmica del turisme amb criteris àmpliament acceptats relacionats amb la justícia social i ambiental com poden ser els Objectius per al Desenvolupament Sostenible, sinó també l'oportunitat de plantejar una visió que, més enllà del turisme, integri algunes de les destinacions creades per i per al turisme en estratègies urbanes, ambientals, socials, de transformació digital, de governança i de desenvolupament econòmic i regional que vagin més enllà de les tradicionalment vinculades a l'activitat.

Tot plegat, hauria d'afavorir al nivell de les destinacions, models econòmics, cadenes de valor, ecosistemes productius i intel·ligència col·lectiva (Ivars Baidal, Celdrán Bernabeu, Mazón i Perles Ivars 2017) amb capacitat d'adaptació a noves, previsible i tendencials condicions de producció i a potencials noves situacions crítiques i disruptives com la pandèmia de la COVID-19. Val a dir, en particular, que, en la mesura que el postcreixement pot suposar precisament, entre altres aspectes, una reducció significativa d'alguns dels processos de producció i consum actualment dominants a les societats desenvolupades i, potencialment, una reorientació dels valors de la gent en relació amb els actuals estils de vida, abordar aquesta qüestió és, de fet, un aspecte clau en termes de perspectives de futur per als espais urbanitzats per i per al turisme (Sharpley 2022).

1. LA URBANITZACIÓ TURÍSTICA

Tal com recull Rémy Knafou a *Les lieux du voyage* (Knafou 2012), l'existència i la potencialitat de la urbanització turística, és a dir, dels espais urbans creats en un curt període de temps per i per al desenvolupament de funcions vacacionals es basa en la força del turisme com a pràctica humana i en la seva capacitat de «reinventar constantment els llocs». Es per això –diu Knafou– que «l'atractivitat de la major part dels llocs turístics supera la

prova del temps sense gaires desperfectes» (Knafou 2012). Per la seva capacitat d'atracció múltiple, el turisme s'ha configurat, doncs, com una activitat altament disruptiva que ha catalitzat la configuració i la transformació, segons el moment en la dinàmica de desenvolupament en el que es trobin, de la condició urbana de les destinacions creades per i per al turisme a través de l'atracció de funcions no turístiques i de nous residents. D'aquesta manera, i de forma permanent i durable, el turisme ha afaïçonat els territoris, condiona la seva evolució, genera nous fluxos d'atracció i mobilitats més enllà de les turístiques i vacacionals i propicia noves relacions socials, econòmiques, ambientals i personals a escala local i global.

Tal com s'ha apuntat en altres ocasions, la producció social d'espai urbà en les ciutats construïdes explícitament per a donar suport a una economia basada en el turisme difereix d'altres formes de producció de ciutat (Beier, Anton Clavé i Vigier 2021). El que caracteritza actualment la seva singularitat és l'escala, la complexitat i la seva orientació a l'oci i al consum en un context d'augment de la globalització, de les mobilitats humanes, de la transformació digital i de la consciència ambiental (Anton Clavé 2022). En aquests espais, pràctiques vacacionals i dinàmiques residencials se simultaniegen, es repeteixen, se substitueixen o se succeeixen consecutivament i s'adeqüen en funció de circumstàncies institucionals i dinàmiques econòmiques i de poder, però també en funció de percepcions personals i del valor i significat que les persones els donen com a espais de producció i de reproducció social. Es així també, doncs, que les vacances defineixen i transformen determinats llocs a través del fet, ben conegut, d'altra banda, que algunes persones decideixen triar-los per a viure-hi de forma permanent i, en aquest procés, hi desenvolupen significats i projectes culturals personals i col·lectius (Florida 2008).

Parlar de ciutats que havent estat creades o transformades per i per al turisme s'han convertit en espais urbans complexos i altament atractius també per a residir-hi o per a altres funcions urbanes porta a referir-se necessàriament a un text inspirador publicat fa més de 30 anys. L'any 1991, el sociòleg australià Patrick Mullins va formalitzar, en un treball titulat «Tourism Urbanization» publicat al *International Journal of Urban and Regional Research* (Mullins 1991), la idea que les ciutats turístiques representen una nova i extraordinària forma d'urbanització perquè, a diferència de la resta de processos de creació de ciutat coneguts fins al moment en la història de la humanitat, fonamenten el seu desenvolupament en base a la seva capacitat d'estimular el consum associat a l'entreteniment, el plaer, la relaxació i la

recreació i no en base a la satisfacció de necessitats bàsiques com l'habitatge, la salut o l'educació o al desenvolupament d'activitats industrials i comercials o funcions administratives i de govern, que, d'altra banda, també acaben per desenvolupar-se. Una de les característiques que, segons ell, defineixen aquestes ciutats és el ràpid creixement de la seva població resident i, especialment, de les oportunitats de treball.

En recerques posteriors realitzades durant els anys noranta del segle passat i centrades en la Gold Coast i la Sunshine Coast australianes, el mateix Patrick Mullins va anar perfilant els trets econòmics, socials, demogràfics i simbòlics distintius d'aquestes ciutats i va demostrar que, més enllà de la seva funció com a llocs d'atracció de turistes, es diferenciaven de la resta de ciutats per tenir, entre d'altres aspectes, major densitat d'habitatges, majors taxes de creixement demogràfic, predomini de les parelles com a tipologia familiar, un ritme de creació de llocs de treball més alt, encara que també amb un nivell d'atur també més alt i amb major precarietat, i una major taxa d'emprenedors –que ell va interpretar com a resultat de la capacitat de les ciutats turístiques de propiciar l'emergència d'una nova petita burgesia– que la resta de ciutats. En base als seus estudis, conclouia que es podia considerar que el turisme podia produir nous sistemes territorials que es podien caracteritzar com a socialment distintius i formalment diferents (Mullins 2003). Una nova manera de «fer ciutat», la relacionada amb l'oci i el turisme, que, a més, amb el temps, ha demostrat la seva capacitat d'influència sobre l'organització de les pròpies ciutats convencionals.

Aquesta és una constatació que en determinats àmbits acadèmics ha portat a canviar el propi enfocament de les recerques que sobre urbanització turística s'han anat desenvolupant per a passar d'analitzar l'evolució del turisme a les destinacions per a centrar-se en l'anàlisi de la seva pròpia transformació en tant que espais urbans i des d'una perspectiva evolutiva complexa (Brouder, Anton, Gill i Ioannides 2017; Stock i Lucas 2012; Équipe MIT 2002). En alguns casos aquesta aproximació s'ha fet des de perspectives epistemològiques pròpies de la Geografia Econòmica Evolutiva (Sanz-Ibáñez i Anton Clavé 2014). En aquesta línia, autors com Stock, Clivaz, Crevoisier, Kebir i Nahrath (2014) parlen del capital social de les destinacions i examinen com l'agència col·lectiva pot generar dinàmiques de metamorfosi que, tot i mantenir la seva funció vacacional, generen una nova naturalesa urbana a les destinacions turístiques convencionals.

És des d'aquesta perspectiva que la urbanització turística es pot entendre, en alguns casos, com una etapa del desenvolupament d'unes determinades

ciutats que, tenint els seus orígens en el desenvolupament d'activitats relacionades amb el turisme i mantenint algunes particularitats de la forma urbana que li són pròpies, evolucionen i generen ciutats diverses i complexes (Dedekorkut-Howes i Bosman 2015). Constatacions d'aquesta mena haurien de poder estimular noves recerques tant en l'àmbit turístic com en el geogràfic, urbanístic, sociològic, econòmic i ambiental, així com també des de la perspectiva de la governança de les destinacions. Haurien de poder portar a abordar també, addicionalment, per quins mecanismes la urbanització turística genera situacions de desigualtat urbana, social i econòmica, com les destinacions poden minimitzar la seva aportació a l'emergència climàtica i ambiental i quins factors expliquen la percepció que les persones que hi viuen o que decideixen anar-hi a residir tenen sobre elles, sobre la seva qualitat de vida, sobre les seves característiques econòmiques o sobre, en els casos en que es doni, la seva integració funcional metropolitana.

Atesa la magnitud dels espais urbanitzats per i per al turisme, aquestes reflexions poden configurar reptes acadèmics i d'acció política de primer ordre homologables als que emergeixen en d'altres sectors d'activitat també estratègics i amb incidència territorial com el transport, l'energia o determinats àmbits industrials. Les inèrcies immobiliàries de les estructures urbanes creades, els costos de capital associats a l'actuació sobre l'espai urbà, la incapacitat financera dels municipis turístics i, més en general, els problemes per a emprendre operacions emblemàtiques que facilitin processos de transició i la rigidesa del planejament urbanístic a l'hora de activar processos de transformació o renovació del que està construït, no fan fàcil, en aquest cas, l'acció política.

La pregunta clau a fer-se és com es pot gestionar en un context de transició turística, social, econòmica, urbana, tecnològica, energètica i ambiental, la capacitat històrica del turisme de generar noves estructures urbanes, de transformar les heretades i d'incorporar noves funcions urbanes residencials i productives que vagin més enllà del turisme (encara que mantingui com a identificadores les funcions que han propiciat la seva aparició, és a dir, les turístiques). En definitiva, la urbanització turística té l'oportunitat de poder contemplar alternatives que integrin noves i múltiples funcions urbanes, econòmiques i socials pel que fa a la localització residencial, la connectivitat, la productivitat, la capacitat innovadora i la contribució a la competitivitat territorial de l'estructura regional on es localitzen, però també amb la necessitat de proporcionar eines i mitjans adequats de gestió ambiental, arquitectura, transport, planificació econòmica i demogràfica,

política i governança per a adaptar-se als actuals escenaris de transició i a la tendència al postcreixement que es deriva de l'actual emergència climàtica, energètica i social a nivell planetari (Hickel i Kallis 2019).

2. EL FUTUR DE LES CIUTATS CREADES PER I PER AL TURISME

En la mesura que el turisme és una activitat estretament vinculada a dinàmiques pròpies del capitalisme com el consum i la mobilitat, l'existència de polítiques globals i respostes locals que afrontin de manera decidida l'emergència climàtica, la transició energètica, les tensions socials o les possibles noves crisis sanitàries poden fer variar de manera substancial les condicions de reproducció de l'activitat (Anton Clavé 2021). S'observen, en aquest sentit, canvis –com alguns que s'han donat durant la pandèmia i fins i tot abans– en la forma de viatjar, en les motivacions per a visitar els llocs o en el comportament dels individus (Jensen 2021).

En aquesta línia d'argumentació, en el capítol introductor del llibre –publicat poc abans de la pandèmia– *The future of tourism*, Fayos-Solá i Cooper (2019) assenyalen que el futur de les destinacions turístiques en el segle XXI dependrà de com la societat afronti qüestions fonamentals com el canvi climàtic, el repte del desenvolupament humà i la governança. Indiquen també que caldrà preguntar-se com el turisme podrà contribuir, resistir o, en el pitjor dels casos, dificultar els canvis –en molts casos profunds i accelerats– de reforma, reenginyeria i innovació disruptiva que podran ser necessaris per a la seva supervivència a mitjà i llarg termini.

Aquesta pregunta lliga, des de la perspectiva dels reptes dels espais urbanitzats per i per al turisme, amb la que es feien Ricard Pié i Josep Maria Vilanova, en un article publicat a la *Revista Econòmica de Catalunya* l'any 2017, sobre el futur dels espais turístics de costa catalans. Es tracta d'una pregunta que és aplicable al conjunt de l'àrea catalano-valenciano-balear i, per extensió, a molts altres territoris litorals peninsulars, del Mediterrani i del món –com la ja esmentada Gold Coast australiana. Parlaven –Pié i Vilanova– de l'existència d'un agregat urbanístic de dimensions importantíssimes «que es desplega sense cap ordre al llarg de tota la costa» que configura «una ciutat invisible que encara no s'ha tingut en consideració». Els problemes d'aquest artefacte –deien– «són els problemes del turisme madur, de la necessària consolidació i rehabilitació de l'agregat urbanístic, format

bàsicament per l'oferta d'allotjaments i de la necessitat de l'equipament de renovació per mantenir i millorar la competitivitat de l'oferta turística» (Pié i Vilanova 2017, 37).

És convenient, des de la perspectiva de la seva adaptabilitat, resiliència i competitivitat que aquest agregat urbanístic observable per la seva petjada física sobre el territori comenci també a ser valorada des d'una perspectiva funcional i productiva en relació al sistema urbà i territorial on s'integra. En aquest sentit, pot ser convenient generar noves polítiques no només en relació amb la competitivitat de l'oferta turística –com apuntaven Pié i Vilanova–, sinó també vinculades a nous plantejaments pel que fa a la creació de dinàmiques alternatives i integradores del turisme que vagin en línia de fer minvar l'especialització, de potenciar la intersectorialitat, de fer disminuir la seva incidència ambiental, d'incrementar la reparació dels costos sobre els ecosistemes naturals, de potenciar la diversificació social i la requalificació laboral i, en definitiva, d'afavorir uns resultats més equitatius i inclusivius per a les poblacions que estan implicades en les dinàmiques de residència, de producció i de gestió de les destinacions turístiques i els seus elements constitutius.

Des d'aquest punt de vista pot ser interessant, per exemple, fer referència a algunes observacions empíriques recents sobre el paper que han jugat els espais urbanitzats per i per al turisme en la captació de residents creatius provinents de l'àmbit metropolità de Barcelona durant el període que inclou la crisi iniciada al 2007-2008 en el cas de Catalunya (Olano Pozo, González Reverté i Anton Clavé 2017). S'ha identificat, en particular, que els municipis turístics catalans especialitzats en turisme de dimensió mitjana, vacacionals mitjans i grans i diversificats grans han estat especialment atractius entre 2001 i 2011 per als treballadors supercreatius i professionals, mentre que els municipis turístics vacacionals grans i diversificats grans han estat especialment atractius per a treballadors bohemis (s'apliquen en aquest cas les definicions de treballadors creatius realitzades per Florida 2002). Aquesta dinàmica ha permès observar, complementàriament, una certa continuïtat urbana metropolitana pel que fa a l'atracció de residents creatius en espais propis de la urbanització turística litoral que, al sud de Barcelona, arriba fins a Cambrils i, al nord, fins a Lloret de Mar.

Tot plegat porta a fer reflexionar, en conseqüència, sobre la relocalització de treballadors creatius des dels llocs centrals, que és on tradicionalment han anat a residir segons les anàlisis clàssiques (Clifton 2008; Boschma i Fritsch 2009; Clifton, Cooke i Hansen 2013) cap a les perifèries urbanes

i, en el cas català, cap a destinacions turístiques generalment no considerades des de la perspectiva de l'atracció de residents que generen alt valor afegit. En definitiva, permet fer reflexionar puntualment sobre el paper que juguen i poden jugar diferents tipus de municipis turístics no ja en termes clàssics d'atracció de visitants sinó en termes de localització residencial de treballadors creatius, tal com s'ha observat també, per exemple, en una altra recerca al litoral de la província de Buenos Aires (Beier, Anton Clavé i Vigier 2020). No s'ha de perdre de vista, de tota manera, que els resultats que s'han pogut obtenir fins al moment, mostren que no tots els municipis turístics obtenen guanys pel que fa a població creativa resident (González Reverté, Romero Padilla, Muro Morales, Navarro Jurado i Gomis López 2016; Romero Padilla, Navarro Jurado i Malvárez-García 2016) i que, d'altra banda, les destinacions turístiques són també espais privilegiats per a la captació de treballadors precaris (Olano Pozo, González Reverté i Anton Clavé 2018; Robinson, Martins, Solnet i Baum 2019) de manera que, com en altres espais que solen atreure creatius, en els espais urbanitzats per i per al turisme es dona una elevada correlació entre creativitat i desigualtat.

Aquestes disparitats s'observen clarament en determinats espais urbanitzats per i per al turisme de la costa catalano-valenciano-balear quan s'analitza la seva renda familiar disponible mitjana més enllà de la generalitzada evidència estadística que les destinacions turístiques litorals estan entre els municipis turístics amb les rendes familiars disponibles més baixes (Buades 2022). Així, per exemple, a Catalunya municipis especialitzats en turisme com Salou i altres municipis litorals vacacionals metropolitans tenen, juntament amb Barcelona ciutat, els índexs de Gini més elevats pel que fa a la disparitat de les rendes dels seus residents en les seccions censals on fan la declaració, fet que, més enllà d'altres consideracions, permet parlar no només de precarietat, sinó de desigualtat i, per tant, també de complexitat urbana. Val a dir, en qualsevol cas, que, per a entendre en la seva complexitat aquesta dinàmica, caldria aprofundir en el fet, conegut des de fa dècades, que els espais urbanitzats per i per al turisme localitzats en entorns metropolitans articulen mercats de treball intermunicipals tant d'entrada com de sortida que no permeten associar unívocament els residents en els municipis turístics com a treballadors en la cadena de valor del turisme (vegeu Anton Clavé 1997). Així, segons dades de l'estudi experimental fet amb telefonia mòbil per part de l'INE, un 20 % de la població de Salou (5.534 persones), per seguir amb aquest exemple, sortia de mitjana diàriament al novembre de 2019 i un altre 21 % (5.683) hi entrava, previsiblement, a treballar.

Es pot convenir, doncs, que la urbanització turística, la realitzada per i per al turisme, com s'apuntava anteriorment, ha generat espais que en el mitjà i llarg termini han evolucionat i incorporat altres funcions urbanes que, en el cas d'espais estructuralment complexos –com són, entre altres, alguns del mediterrani catalano-valenciano-balear–, permeten parlar de la integració de l'activitat turística en contextos que ho han deixat de ser únicament. Aquesta condició pot ser entesa com un punt de partida d'interès per a generar alternatives insospitades des de la perspectiva del posicionament d'aquests espais en una futura dinàmica de postcreixement sempre i quan es facin polítiques a tal efecte i els espais turístics litorals urbanitzats consolidats no siguin menystinguts només com a espais per al turisme (Rovira Soto i Anton Clavé 2017, Anton Clavé i Wilson 2017).

Així ho sostenen, per exemple, Gausa i Canossa (2020, 121) quan indiquen que més enllà de la seva condició actual, els litorals urbanitzats per i per al turisme són espais idonis per a crear nous escenaris «playful» i «productive» al mateix temps amb una combinació exclusiva de «residència, producció, comerç, lleure, natura» absolutament rellevant des de la perspectiva de les relacions socials (Anton Clavé 2021). De fet, recerques fetes a la Costa del Sol andalusa posen de manifest que front «a la perspectiva de ser una destinació turística madura en procés de declivi, com s'augurava en el debat científic de fa uns anys, la realitat [...] és que es [va] convertint en un espai urbà atractiu i creatiu que [comparteix] fluxos de persones, idees i capital en la xarxa de ciutats globals» (Romero Padilla, Navarro Jurado i Malvárez-García 2016).

Aquesta és una reflexió pertinent que convé tenir en compte en la mesura que s'ha observat en altres destinacions –per exemple, la ja també esmentada Golden Coast australiana– que el paper i la importància dels espais urbanitzats per i per al turisme s'han pogut intensificar des de finals del segle xx per causa d'una sèrie de factors, com la globalització econòmica, la desregulació del mercat i la financiarització de les economies, l'auge dels viatges de baix cost o la generalització de les plataformes digitals que no només han fet més general el turisme com a estratègia de creixement econòmic de les destinacions, sinó que les han hibridat amb altres dinàmiques residencials, socials i econòmiques. De fet, aprofitant aquesta realitat, la mateixa Gold Coast australiana va plantejar la seva estratègia de desenvolupament econòmic 2013-2023 de manera que, partint d'unes condicions exclusivament associades a l'economia del turisme i entreteniment, es plantejava com a repte canviar l'enfocament «des dels motors econòmics tradicionals, basats en el

creixement demogràfic i el turisme, cap a la captació d'indústries intenses en coneixement basades en el capital intel·lectual» (Gold Coast City 2013, 10). En la mateixa línia, tenint en compte que el turisme i la urbanització del territori implica la necessitat de comptar amb proveïdors tecnològics, d'innovació i de coneixement i d'implantar tecnologies digitals, ambientals, per al benestar, per al manteniment del patrimoni o altres, el «Pla regional de desenvolupament turístic 2017-2022» de la regió Provence-Alpes-Côte d'Azur, a França, té com a objectiu l'impuls d'un ecosistema afavoridor de la creació de *starts-ups* locals digitals innovadores i dinàmiques amb la col·laboració d'empreses privades, administracions públiques i centres de recerca (Région Provence-Alpes-Côte d'Azur 2016).

En ambdós casos el disseny de mesures afavoridores de la l'adaptació de les destinacions turístiques a les actuals dinàmiques de transició que van més enllà de la pròpia dinàmica turística, ha implicat reflexionar i actuar conseqüentment en termes de considerar quin paper ha d'ocupar l'espai litoral, tradicionalment principalment turístic i considerat de manera perifèrica respecte a les capitals metropolitanes, en l'actual context d'una economia digital cada vegada més immaterial i descentralitzada. Significa també que s'han hagut d'adoptar polítiques regionals que vagin més enllà de la pràctica general tendent a aglomerar a les ciutats centrals i a la seva immediata corona metropolitana les activitats amb major valor afegit (Báez Melián, Bergua Amores i Pac Salas 2014).

No es pot oblidar, en qualsevol cas, que, en la mesura que la urbanització turística i la seva transformació incorpora funcions urbanes més complexes, es consolida també com un mitjà d'acumulació de capital que segueix tenint en la producció d'espai el seu motor més actiu. Això, implica, en el ja esmentat actual context de transició, que la transformació de la naturalesa de les destinacions turístiques en una direcció de major urbanitat pot ocasionar també, si no s'hi fa front amb les polítiques adequades, una intensificació dels efectes dels reptes globals a nivell local en àmbits com l'exclusió social, les desigualtats, els patrons de mobilitat, la crisi ambiental o l'emergència climàtica (Hall 2006). Per tant, caldran marcs nous de reflexió i acció com ara l'anàlisi institucional dels conflictes socioecològics, l'estudi sistèmic de fluxos de materials i energia, o la recerca sobre usos del sòl i transformacions ambientals per entendre i actuar sobre els espais generats per la urbanització turística en procés de transformació (González Vera, Campos Cámara i Anton Clavé 2016).

Sigui com sigui, és important articular una forma d'entendre les ciutats creades per i per al turisme que contempli la seva capacitat de generar –encara que desigualment i de vegades fora dels circuits regulars– valor i riquesa en àmbits diferents al del turisme i d'afavorir un major retorn econòmic, social i ambiental. Des d'aquesta perspectiva, el futur de les ciutats turístiques en el context de transició turística, social, econòmica, urbana, tecnològica, energètica i ambiental propi dels inicis del segle XXI dependrà, doncs, de com es plantegi la seva capacitat de resposta als reptes globals (vegeu, pel que fa a l'actual context de crisi urbana, Florida 2017).

En aquest sentit, caldrà tenir en compte també què el pensament crític sobre el creixement econòmic és escèptic en relació a la idea dominant de sostenibilitat tal com s'entén en la formulació dels ODS de l'Agenda 2030 i s'ha enunciat abans en aquest mateix article. En la mesura que el concepte de sostenibilitat fa compatible l'expansió econòmica amb la minimització de l'emergència climàtica a través del canvi i la substitució tecnològica resulta poc disruptiu en l'actual context en transició (Hickel i Kallis 2019). De fet, més enllà de pràctiques sostenibles a les destinacions (a l'estil de les promogudes pels plans finançats pels fons europeus *Next Generation*) el que cal als espais urbanitzats per i per al turisme són estratègies i polítiques multidimensionals (és a dir, no només per al turisme) que, parafrasejant Sharpley (2022) permetin pensar i actuar sobre la urbanització turística tenint en compte les implicacions que poden tenir en el futur pràctiques econòmiques, socials, ambientals i energètiques associades a les visions del postcreixement.

3. REFLEXIONS FINALS

Tal com s'ha apuntat en altres ocasions (Anton Clavé 2021), el turisme és un agent transformador de primera magnitud amb capacitat per a articular processos de canvi a tots nivells i, en particular, en l'àmbit de la transformació urbana del territori, en curts períodes de temps. Gestionar-lo, com qualsevol altre àmbit d'activitat econòmica, significa, bàsicament, dissenyar i aplicar polítiques, planificar i invertir en processos, regular activitats i impactes i establir sistemes impositius adequats. Tot plegat ha d'anar més enllà –pel que fa al turisme– de les més convencionals polítiques de promoció i processos de planificació estratègica orientats a l'activitat.

En aquest sentit, seguint les afirmacions que fan Gausa i Canossa (2020, 102-103), es pot convenir que el turisme i les transformacions territorials que se'n deriven i, en particular, els processos d'urbanització turística que s'han consolidat en els litorals d'arreu del món, des del catalano-valenciano-balear a les costes australianes, no poden continuar sent interpretats només com un element característic d'un procés de producció i consum propi del capitalisme o el resultat de la implantació d'una indústria de serveis en el territori sinó que s'han de contemplar com una realitat territorial que necessita planificar la seva capacitat d'evolució adaptativa a mitjà i llarg termini més enllà de la pròpia activitat que l'ha originat en un context de transició en el que hi intervenen múltiples factors econòmics, socials i ambientals a banda d'importants reptes col·lectius tant a nivell global com local.

D'aquí la necessitat de contemplar el fet que la planificació i gestió dels espais inicialment creats per i per al turisme ha de permetre incorporar-los proactivament en la transformació cultural, social i ambiental que demanden els reptes globals de la societat contemporània en transició. És clar, evidentment, que les dinàmiques particulars de cada lloc i els contextos socials, econòmics i ambientals de les destinacions allà on es localitzen, des dels àmbits metropolitans de les costes europees als espais colonitzats pel turisme internacional del sud global, requereixen visions i solucions diferents. Ja s'ha dit, en aquest sentit, que els processos propis de la urbanització turística s'han de contextualitzar en les seves condicions geogràfiques, socioeconòmiques i culturals particulars, que són resultat i poden evolucionar diferentment en funció de dinàmiques de poder locals o processos de lideratge singular i que es vinculen amb situacions de planificació, gestió i govern diferenciades.

Per al cas catalano-valenciano-balear, amb el que hem il·lustrat des del començament aquesta aportació d'homenatge al professor Diego López Olivares, pot ser adequat fer extensiu al conjunt dels tres territoris i a manera de cloenda, el *post scriptum* del llibre que sobre *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936* va escriure Antoni Farreras (1973) enguany farà just 50 anys. No hi ha cap dubte que s'avançava al seu temps (tot i que probablement poc es podia imaginar la situació actual tant pel que fa a emergència ambiental com a transformació digital i a la recent crisi sanitària) quan apuntava sobre el turisme que

de la mateixa manera que la primera revolució industrial va poblar els afores de les ciutats i viles amb fàbriques i tallers bruts, inhòspita, incòmodes, nauseabunds per ventura, i d'una lletgesa que amb molta freqüència ofenia la vista [...] amb la creixença del turisme s'ha esdevingut una cosa semblant. [...]. Però aquelles fàbriques lletges, brutes, nauseabundes que vam heretar de la primera revolució industrial van deixar ràpidament el lloc a noves factories, netes, clares, lluminosos: rodejades sovint d'arbres i jardins florits, tan ben acurats com ho podrien ésser els del més luxós balneari. [...] Es d'esperar que una cosa semblant es pugui esdevenir en l'esfera de les instal·lacions i dispositius turístics [...] el país, tot el país ja que en definitiva es el gran comandatari de totes les empreses turístiques que hi treballen ja que els cedeixen l'usdefruit de les condicions naturals de les quals el turisme es beneficia, es convenci que li té compte planificar –sense desoir les veus de l'experiència ni les de la previsorà prudència– [...]. I en escriure aquesta consideració l'autor pensa [...] en la necessitat que una acció desperta, àgil, vigilant alhora comenci a planejar llur habilitació, a fomentar-ne l'execució i a vigilar que un cop iniciada aquesta no se surti de mare com ha passat en alguns indrets de la costa. (Farreras 1973, 248)

A banda d'algunes de les destinacions esmentades en el text, exemples ben diferents (a destacar el cas de Niça, a la Costa Brava, per anomenar-ne un de ben conegut) mostren que, en el llarg termini, poden existir a les destinacions dinàmiques particulars adaptades a tendències generals de transformació que catalitzin nous processos de generació de valor, inclusió i qualitat de vida sempre i quan es donin les circumstàncies adequades. Aquesta constatació de la capacitat d'adaptació dels espais urbanitzats per i per al turisme a noves dinàmiques socials, econòmiques i ambientals és fonamental en l'actual context de transició turística, urbana, tecnològica i energètica. Així doncs, el repte ara i en el futur immediat dels espais turístics creats per i per al turisme és afavorir al nivell local canvis multidimensionals i multifuncionals que tinguin capacitat d'alinejar-se amb les necessitats d'adaptació col·lectives que tenim plantejades com a societat en el curt, mitjà i llarg termini a nivell global.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Anton Clavé, Salvador. 1997. *Diferenciació i restructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona: El Mèdol.
- . 2021. «Perspectives sobre el paper del turisme a Catalunya». *Revista Econòmica de Catalunya* 83: 76-82.
- . 2022. «Tourism Urbanisation». En *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Ed. Dimitrios Buhalis. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Anton Clavé, Salvador i Julie Wilson. 2017. «The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation». *Journal of Sustainable Tourism* 25(1): 96-112.
- Báez, Juan Miguel, José Àngel Bergua i David Pac. 2014. «The Creative Class and the Creative Economy in Spain». *Creativity Research Journal* 26(4): 418-426.
- Beier, Lorena, Salvador Anton Clavé i Hernán Vigier. 2020. «Tolerance, talent, and attraction of creative workers in tourism destinations (insights from the province of Buenos Aires, Argentina)». *Tourism Planning and Development* 18(1): 86-110.
- . 2021. «Dinàmiques de urbanització turística en el litoral de Buenos Aires, Argentina». *Cuadernos de Turismo* 47: 102-130.
- Blázquez-Salom, Macià, Asun Blanco-Romero, José Fernando Vera-Rebollo i Josep Ivars-Baidal. 2019. Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism* 27(12): 1764-1785.
- Bosman, Caryl, Aysin Dedekorkut-Howes i Andrew Leach (eds.). 2016. *Off the plan. The urbanization of the Gold Coast*. Clayton South: CSIRO Publishing.
- Boschma, Ron A. i Michael Fritsch. 2009. Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography* 85(4): 391-423.
- Brouder, Patrick, Salvador Anton Clavé, Alison Gill i Dimitri Ioannides. 2017. «Why is tourism not an evolutionary science? Understanding the past, present, and future of tourism destination evolution». En *Tourism Destination Evolution*, eds. Patrick Brouder i Salvador Anton Clavé, Alison Gill i Dimitri Ioannides. Londres: Routledge, 1-18.

- Buades, Joan. 2022. «Països Catalans, paradís turístic?». *El Crític*. Disponible en: <https://www.elcritic.cat/dades/paisos-catalans-paradis-turistic-124068>.
- Capella, Juli. 2012. «Policies of deurbanisation and the creation of public space». En *10 Lessons on Tourism. The challenge of reinventing destinations*, ed. Salvador Anton Clavé. Barcelona: Planeta, 327-340.
- Català, Lluís. 2016. *El turisme a l'EURAM. La xarxa de costa. València*. València: Institut Ignasi Vilallonga d'Economia i Empresa.
- Clifton, Nick. 2008. «The “creative class” in the UK: An initial analysis». *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography* 90: 63-82.
- Clifton, Nick, Phil Cooke i Hogni Kalso Hansen. 2013. «Towards a Reconciliation of the “Context-less” with the “Space-less”? The Creative Class across Varieties of Capitalism: New Evidence from Sweden and the UK». *Regional Studies* 47(2): 201-215.
- Dedekorkut-Howes, Aysin i Caryl Bosman. 2015. «The Gold Coast: Australia's playground?». *Cities* 42: 70-84.
- . 2016. «Looking beyond the horizon». En *Off the plan. The urbanization of the Gold Coast*. eds. Caryl Bosman, Aysin Dedekorkut-Howes i Andrew Leach. Clayton South: CSIRO Publishing, 151-164.
- Équipe MIT. 2002. *Tourisme 1. Lieux communs*. París: Belin.
- Farreras, Antoni. 1973. *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936*. Barcelona: Pòrtic.
- Fayos-Solà, Eduardo i Chris Cooper (eds.). 2019. *The future of tourism: Innovation and sustainability*. Viena-Nova York: Springer.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova York: Basic Books.
- . 2008. *Who's your city?: how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. Nova York: Basic Books.
- . 2017. *The new urban crisis : how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class—and what we can do about it*. Nova York: Basic Books.
- Gausa, Manuel i Nicola Canessa. 2020. «Med.Net(s). From Mediterranean dream cities to Mediterranean multi-cities dream. Towards a Mediterranean intelligent coast networks». En *Turismo y paisaje 2. Sobre arquitectura, ciudades, territorios y paisajes del turismo*, eds. Ricard Pié, Carlos Rosa, Josep M. Vilanova i Enrico Porfido. València: Tirant lo Blanch, 89-121.
- Gold Coast City. 2013. *Economic Development Strategy 2013-2023. Version 2.0*. Gold Coast.

- González Reverté, Francesc, Yolanda Romero Padilla, Ignacio Muro Morales, Enrique Navarro Jurado i Joan Miquel Gomis López. 2016. «La localización de la clase creativa en ciudades turísticas. Un análisis a escala local del sistema urbano Mediterráneo español». *Investigaciones Turísticas* 11(11): 1-29.
- González Vera, María Angélica, Bonnie Lucía Campos Cámara i Salvador Anton Clavé. 2016. «El desarrollo del turismo ante el reto de una sociedad del riesgo y vulnerabilidad en la región Costa Maya, Quintana Roo, México». En *Sociedad del riesgo en México. Análisis y Perspectivas*, coords. Bonnie Lucía Campos Cámara, Diego Velázquez Torres i María Estela Orozco Hernández. Mèxic: Universidad de Quintana Roo, 47-61. ISBN: 978-607-9448-23-3.
- Hall, Michael C. 2006. «Tourism urbanisation and global environmental change». En *Tourism and Global Environmental Change. Ecological, social, economic and political interrelationships*, eds. Stefan Gössling i Michael Hall. Londres: Routledge, 142-155.
- Hickel, Jason i Giorgos Kallis. 2019. «Is Green Growth Possible?». *New Political Economy*, DOI: 10.1080/13563467.2019.1598964.
- Ivars, Josep Antoni, Marco A. Celdrán, José Norberto Mazón i Ángel F. Perles. 2017. «Smart destinations and the evolution of ICT: a new scenario for destination management?». *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2017.1388771.
- Jensen, Ole B. 2021. «Pandemic disruption, extended bodies, and elastic situations - Reflections on COVID-19 and Mobilities». *Mobilities* 16(1): 66-80.
- Knafou, Rémy. 2012. *Les lieux du voyage*. París: Éditions Le Cavalier Bleu.
- López Olivares, Diego. 2015. «La renovación de destinos como estrategia de política general desde una perspectiva sectorial, económica, urbana y ambiental. 2015. A: 20 retos para el turismo en España, coords. Aguiló Pérez, Eugeni i Salvador Anton Clavé. Madrid: Pirámide, 241-257.
- López Olivares, Diego, Salvador Anton Clavé, Enrique Navarro, Oscar Perelli i Francisco Sastre. 2005. «Las transformaciones del actual modelo turístico en España». *Annals of Tourism Research en español* 7(2): 423-446.
- López Olivares, Diego i Juan Bautista Ferreres Bonfill. 2012. «La reestructuración de los destinos consolidados del litoral castellanense. El caso de Benicàssim (Castellón, Comunitat Valenciana)». En *Renovación*

- y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras, eds. José Fernando Vera Rebollo i Isabel Rodríguez. València: Universitat de València, 399-418.
- Mullins, Patrick. 1991. «Tourism Urbanization». *International Journal of Urban and Regional Research* 15(3): 326-342.
- . 2003. «The evolution of Australian tourism urbanization». En *Cities and Visitors*, eds. Lily M. Hoffman, Susan S. Fainstein i Dennis R. Judd. Londres: Blackwell Publishing. Pgs. 126-142
- OCDE. 2020. *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE*. OCDE.
- Olano Pozo, Jon, Francesc González Reverté i Salvador Anton Clavé. 2017. «Consideracions sobre l'atracció de residents a les destinacions turístiques catalanes. El cas dels treballadors creatius». *Revista Econòmica de Catalunya* 76: 74-85.
- . 2018. «Atracción de residentes en el litoral catalán: el caso de los trabajadores creativos y de los trabajadores con baja especialización en el Penedés marítimo». En *De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de procesos de cambio generados por el turismo*, coord. Xosé Somoza Medina. León: Universidad de León-AGE, 103-112.
- Pié, Ricard i Josep Maria Vilanova. 2017. «Turisme i ordenació del territori. El turisme ha anat de prestat». *Revista Econòmica de Catalunya* 76: 34-40.
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. 2016. *Schéma régional de développement touristique 2017-2022*. Marsella.
- Robinson, Richard N. S., Antje Martins, David Solnet i Tom Baum. 2019. «Sustaining precarity: Critically examining tourism and employment». *Journal of Sustainable Tourism* 27(7): 1008-1025.
- Romero, Yolanda, Enrique Navarro i Gonzalo Malvárez-García. 2016. «The potential of international coastal mass tourism destinations to generate creative capital». *Journal of Sustainable Tourism*. DOI:10.1080/09669582.2015.1101125.
- Rovira Soto, Trinitat i Salvador Anton Clavé. 2017. «Second homes and urban landscape patterns in Mediterranean coastal tourism destinations». *Land Use Policy* 68: 117-132.
- Sanz Ibáñez, Cinta i Salvador Anton Clavé. 2014. «The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach». *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 16(4): 563-579.

- Sharpley, Richard. 2022. «Tourism and Development Theory: Which Way Now?». *Tourism Planning & Development* 19(1): 1-12.
- Stock, Mathis i Léopold Lucas. 2012. «La double révolution urbaine du tourisme». *Espaces et sociétés* 3(151): 15-30.
- Stock, Mathis, Christophe Clivaz, Olivier Crevoisier, Leila Kebir i Stéphane Nahrath. 2014. *Resort development and tourist capital of place*. [https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al\(2\).pdf](https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al(2).pdf) [Accès: 6/11/2022].

PROYECCIÓN DE LOS ELEMENTOS ESENCIALES DE UN DESTINO TURÍSTICO

JUAN IGNACIO PULIDO-FERNÁNDEZ, JAIRO CASADO-MONTILLA

Universidad de Jaén

Palabras clave: Destino turístico, gestión de destinos, configuración del territorio.

Keywords: Tourism destination, destination management, territory configuration.

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de los efectos de la COVID-19, el turismo parece destinado a seguir en la misma línea en la que lo ha venido haciendo a lo largo del siglo xx y en las primeras décadas del xxi, es decir, continuará aumentando, por lo que esta continua expansión de la actividad turística está suponiendo la aparición de nuevos destinos turísticos, frente a los tradicionalmente conocidos en Norteamérica y Europa (UNWTO 2022).

Evidentemente, la multiplicación de los desplazamientos turísticos conlleva que se visiten lugares alternativos a los visitados tradicionalmente, y que las nuevas tendencias del turista estén dirigiéndose a realizar viajes con estancias más cortas, pero visitando distintos destinos (Ávila 2002). Estos acontecimientos, entre otros, pueden influir en la aparición de nuevos destinos turísticos.

Para gestionar este fenómeno, se ha intentado comprender la naturaleza de los destinos turísticos, el porqué de los desplazamientos de las personas y la configuración espacial de éstos. Sin duda, el marco conceptual de un

destino turístico ha generado grandes debates en torno a sus componentes, desde las infraestructuras y recursos hasta las relaciones que existen entre los *stakeholders* del destino, pasando por la imagen que se genera de éste.

Como plantean Saraniemi y Kylänen (2011, 133), «un destino turístico es considerado uno de los conceptos clave en el turismo académico» y «es el principal enfoque de muchas investigaciones turísticas» (Pearce 2014, 141). Además, se requieren aportaciones innovadoras en estas investigaciones para indagar aún más en la configuración de los destinos turísticos (Narduzzo y Volo 2018).

La hipótesis inicial que da pie a esta investigación es que un destino turístico posee una serie de características y se compone de un conjunto de elementos que le dan sentido como tal. Además, estas características y elementos pueden identificarse mediante una profunda revisión de la literatura científica existente, facilitando con ello la acción de los gestores de destinos y actores turísticos en general en la configuración del destino turístico.

El hecho de que existan lugares que no funcionan como destinos turísticos, pese a los esfuerzos en promoción y comercialización, es síntoma de que, por algún motivo, no llegan a consolidarse como tales y, por tanto, carecen de alguna característica que es fundamental para que puedan consolidarse en los mercados. Por tanto, el principal objetivo de este trabajo es establecer qué elementos corresponden a un territorio para que pueda configurarse como un destino turístico.

La metodología que se ha empleado para validar la hipótesis propuesta ha sido una revisión de la bibliografía más relevante a lo largo del siglo xx y principios del siglo xxi. Para trabajar con un cuerpo tan vasto de publicaciones y poder sintetizar dicha información, ha sido necesario utilizar métodos que guíen este proceso y supongan una pequeña base de apoyo para realizar un acercamiento lo más exacto posible a lo que se ha buscado sintetizar en este trabajo.

Webster y Watson (2002) plantean que «los autores podrían tratar con un tema maduro en el que existe un cuerpo acumulado de literatura que necesita análisis y síntesis», lo que ha supuesto un análisis multidisciplinar de las principales aportaciones que se han realizado del concepto de destino turístico, así como identificar y resaltar el enfoque de éstas.

2. UNA APROXIMACIÓN A LAS MÚLTIPLES DEFINICIONES DE DESTINO TURÍSTICO

El concepto de destino turístico ya era objeto de análisis desde los años veinte y treinta del pasado siglo xx por parte de quienes estudiaban el fenómeno turístico. De hecho, hay que resaltar que durante las primeras aproximaciones que se hacen hacia el turismo desde un punto de vista geográfico, no se empleaba el concepto de destino turístico, sino que empezó a verse como el uso del territorio con fines recreacionales (Carlson 1938, McMurray 1930).

Actualmente, se pueden encontrar diversas definiciones de destino turístico, las cuales, aunque provengan de distintas áreas e intereses, parecen llegar a puntos en común y, analizadas detenidamente, pueden ofrecer un concepto que estandarice una serie de patrones para la definición de destino turístico.

Partiendo desde una perspectiva geográfica, una de las definiciones más citadas corresponde a la del sistema turístico propuesto por Leiper (1979). En este caso, el interés recae íntegramente en las regiones destino de los turistas, definidas como «localizaciones que atraen a los turistas para quedarse temporalmente y, en particular, aquellas características que intrínsecamente contribuyen a esa atracción. En este contexto, la atracción puede ser vista como la expectación del turista de algunas características cualitativas, carentes en la región emisora de éste, que desea experimentar personalmente» (Leiper 1979, 397). Posteriormente, ese autor aporta una definición centrada únicamente en el destino turístico, definiéndolo como el lugar que el viajero escoge para pernoctar, al menos una noche para experimentar algunas características del lugar percibidas como experiencias de ocio satisfactorias (Leiper 1990).

A su vez, Gunn (1989) propone un sistema dinámico funcional dividido en dos partes, por un lado, la demanda y, por otro, la oferta. La oferta, en este caso, se concreta en cuatro principales componentes que atraen a la demanda al suponer un incentivo para ésta y su satisfacción. Dichos componentes son las atracciones, que seducen y cubren las necesidades de ocio de la demanda; los servicios, necesarios tras la llegada de la demanda al destino; el transporte y, por último, la promoción y la información. Estos componentes propuestos mantienen un conjunto de interrelaciones y son dependientes unos de los otros en la toma de decisiones, tanto dentro de la oferta, como en el sistema al completo.

El interés que despertó la actividad turística en el campo económico supuso la necesidad de contabilizar su impacto en los lugares donde se desarrolla (Candela y Figini 2012, Vanhove 2017). Para ello, parecía evidente limitar o poner fronteras, ya fueran físicas, ficticias o administrativas, a un área determinada para poder realizar estudios cuantificables. A día de hoy, se siguen planteando cuestiones similares en base a qué es un destino turístico, cuál es su escala, extensión... (Pearce 2014) y su funcionamiento como sistema (Cooper et al. 2008).

Una definición que parece poner límites a los destinos turísticos es la propuesta por la Comisión Europea (2000, 163), en la que «un destino turístico es un área, la cual está identificada por separado y promocionada a los turistas como un lugar para su visita, y dentro, el producto turístico está coordinado por una o más autoridades u organizaciones identificables».

Junto a esta definición, según la UNWTO (2016), «un destino turístico es un espacio físico con o sin fronteras administrativas o analíticas en el cual un visitante puede pernoctar. Es un clúster de productos y servicios y de actividades y experiencias a lo largo de la cadena de valor del turismo y la unidad básica de análisis del turismo. Un destino incorpora varios *stakeholders* y puede formar redes hacia destinos más amplios. También es intangible con su imagen e identidad lo que puede influir en su competitividad en el mercado». Además, según Framke (2002), el destino turístico ha de ser tratado desde el punto de vista del marketing cuando se están llevando a cabo investigaciones en turismo, el cual, aparte de gestionar los recursos disponibles en el territorio, diseña marcas que tendrán un impacto en los territorios emisores de turistas y en los mercados, haciéndolo más comercial.

Como señala Barrado (2004, 56), «el destino debe ser entendido como un subsistema formado por elementos espaciales, administrativos y productivos, así como el conjunto de sus interrelaciones y los efectos que producen, que son fundamentalmente sectoriales y geográficos».

Por su parte, Getz (1999, citado en Saarinen 2004, 172) afirma que «los destinos turísticos pueden ser entendidos como producto en constante cambio de una innegable combinación de relaciones sociales, políticas y económicas que son específicas en el espacio y el tiempo».

Hu y Ritchie (1993) afirman que un destino turístico es un conjunto de instalaciones y servicios que posee atributos multidimensionales que, al tratarse como un todo, determinan el atractivo del destino para los individuos en una situación determinada. Por su parte, Baggio (2008, 4) afirma que «desde un punto de vista estructural, un destino puede ser visto como un sistema

compuesto por un número de elementos que comparten algún tipo de relación. Dichos elementos son: los operadores turísticos, las estructuras de apoyo y las asociaciones y organizaciones públicas y privadas, entre las que existe algún tipo de relación». Además, los destinos turísticos comparten estructuras similares acorde a la organización de sus redes (Baggio 2020). Finalmente, Bornhorst, Ritchie y Sheenan (2010, 572) lo definen como «la región geográfica que contiene una masa crítica o un clúster de atracciones suficiente para ser capaz de proveer a los turistas experiencias que los atraigan al destino».

Las definiciones que se han analizado hasta ahora parten en cada caso de un elemento principal. Tanto si el destino es tratado como un contenedor de recursos turísticos al que se desplazan los turistas, como el conjunto de relaciones que desembocan en su configuración y éxito (Barrado 2004), éste se plasma en una imagen concreta que se forma en la mente de los turistas y que, a través de una marca, posee un impacto en las regiones emisoras de turistas (Framke 2002). Finalmente, el destino turístico está en constante evolución a través de la gestión por parte de los actores que forman parte de éste (Getz 1999).

3. LA SUSCEPTIBILIDAD DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO

A comienzos del siglo xx, más concreto en los años treinta, es cuando el turismo empieza a reconocerse como una actividad consumidora del territorio en artículos científicos e investigaciones (Mitchell y Murphy 1991, Pearce 1979).

Antes de la existencia del término destino turístico, se empieza a hablar en Estados Unidos y Canadá del uso del territorio como base para actividades recreativas, las cuales estaban orientadas al uso y disfrute de la naturaleza, de los recursos hídricos y/e históricos. Durante la primera mitad del siglo pasado, los diversos estudios, que partían desde un punto de vista geográfico, tendían a identificar los elementos atrayentes de turistas, con el fin de entender la configuración del territorio, el posicionamiento de los medios de transporte, el alojamiento y, en algunos casos, poder realizar una comparativa con otros sectores de la economía, como la agricultura o la minería. Junto a la identificación de estos elementos, algunos trabajos analizaban cómo la distribución de las temperaturas era influyente en los movimientos de turistas, aportando incluso datos de cómo las regiones dotadas de recursos hídricos padecían de una fuerte estacionalidad (Brown 1935, Carlson 1938,

Cooper 1947, Deasy 1949, Eiselen 1945, Haas 1947, Jones 1933, McMurray 1930, Miège 1933, Selke 1936 y Whitbeck 1920).

Entre estos trabajos, algunos dejaban los primeros interrogantes respecto a la delimitación de las fronteras de los destinos, las cuales no podían ajustarse a los límites de las ciudades como tal, debido a la constante expansión de éstas (Gilbert y Litt 1939).

Por otro lado, se consideraba a los elementos atrayentes de turistas como imanes de visitantes. El clima, los recursos naturales, las ciudades o los parques nacionales englobados en un territorio ya suponían para Cooper (1947, 115) una «dificultad para obtener cifras precisas sobre el valor de la industria turística en una región porque los ingresos de esta van a los bolsillos de muchas personas y porque se llevan a cabo pocos registros oficiales».

Ya pasada la primera mitad del siglo xx, los estudios que se publican tienen características análogas a sus predecesores. Son análisis de zonas geográficas concretas que identifican y contabilizan los puntos de interés del turista, es decir, los recursos atrayentes, aunque, en algunos trabajos, se aportan nuevos elementos, como el factor humano que Zierer (1952) califica de esencial para el desarrollo turístico.

Los intentos de gestionar y contabilizar el impacto económico de la actividad turística siguen vigentes en esa época. Crisler y Hunt (1952, 38) proponen una división del territorio del estado de Missouri en áreas recreativas, en función de puntos escénicos o históricos de interés, como por ejemplo el lugar de nacimiento de Mark Twain o la autopista 66. Además, afirman que «esta división podría tener valor no solo para los geógrafos regionales y los geógrafos económicos, sino para el público en general ya que se provee de cierto grado de organización al presente caos en la cámara general de comercio de la literatura de los viajes».

Para Christaller (1955, 1), «la geografía de la industria turística puede ser subdividida de acuerdo a la localización de su actividad», es decir, hay una división lógica en base a la ubicación de los recursos, pudiendo limitarse a partir de éstos.

Vislumbrada la naturaleza holística del turismo, se creó un grupo interdisciplinar para facilitar la toma de decisiones en el Departamento de Conservación de Michigan, en la década de los 60, a través de un proyecto denominado Michigan Outdoor Recreation Demand Study (MORDS), que se centraba en tres elementos principales de la actividad turística: la identificación del sistema recreativo y sus componentes, un análisis de sus

características espaciales y, por último, un estudio del comportamiento de los visitantes, que incluía sus preferencias y valores.

Se determinó que los visitantes de los espacios naturales eran atraídos por la calidad del entorno, la cantidad y calidad de las instalaciones disponibles, la capacidad de los *campings* y las actividades que pueden llevarse a cabo (Van Doren 1969).

El interés en la actividad turística parecía recaer en los espacios naturales alejados de las ciudades. Por ejemplo, Christaller (1963, 95) definía el turismo como «la rama de la economía que evita los lugares centrales y las aglomeraciones de la industria», considerándolo como una vía de escape de la vida cotidiana.

Otros análisis, con el fin de gestionar el territorio y comprender su naturaleza y evolución, fueron llevados a cabo por Charles Stansfield (1969), estudiando los patrones de crecimiento, en este caso, de los resorts costeros que partían de un núcleo urbano que se expandía paralelamente a la costa.

Hasta aquí, es evidente que todos los trabajos han buscado mejorar y crear una capacidad de gestión del territorio que recibía turistas. Estos intentos, inequívocamente, buscaban delimitar el destino turístico en cuestión, encontrándose con problemas en su conceptualización.

Tras una amplia revisión bibliográfica, Pearce (2014) concreta en dos aspectos la dimensión geográfica de un destino turístico. Por un lado, el espacio, considerado como la distribución de empresas y actividades especializadas en las industrias turísticas, teniendo en cuenta su extensión espacial, presentando uno de los principales problemas en la conceptualización de destino turístico, ya que deriva en la escala, dificultando la identificación de sus fronteras.

El otro aspecto que concreta al destino turístico, según Pearce (2014), es el lugar, caracterizado por una cultura única y un determinado grado de construccionismo social en torno a la actividad turística.

A nivel de escala, la Costa del Sol puede servir para ejemplificar cuándo un destino se amplía a través de la unión de varios destinos turísticos locales. Según Barrado (2004), los atractivos que motivan el desplazamiento hacia una zona concreta suelen tener una escasa variedad en el caso del turismo de sol y playa, pero que, para su disfrute, pueden posicionarse cerca de dichos atractivos o recursos las instalaciones y servicios que lo hacen posible, generando una estructura de flujos y pasillos que dan acceso a los turistas.

Esta afirmación puede complementarse con las tendencias de homogeneización desarrolladas por Saarinen (2004), que tiene en cuenta los factores sociales, culturales e históricos de un determinado destino turístico que

son transferidos a otras regiones con la premisa de atraer turistas y generar riqueza. Saarinen (2004, 171) expone que «las necesidades turísticas y los valores son, por tanto, el patrón a seguir en un mercado dirigido por la actividad económica como es el turismo, lo cual lleva a la homogeneización en los procesos de desarrollo del turismo de masas convencional». No obstante, estas prácticas pueden llevar acarreada la pérdida de la identidad cultural de aquellos territorios que copian costumbres o eventos con el fin de atraer la riqueza que aporta el turismo al territorio.

A su vez, Barrado (2004, 56-57) plantea que «si el destino se establece en función de oscilaciones de producción-consumo muy polarizadas desde el punto de vista temporal, los límites se moverán, expandiéndose o contrayéndose de acuerdo a la complejidad y amplitud de las interrelaciones que se den en cada momento».

Décadas antes, Miossec (1976) desarrollaba un modelo de dinámica espacial del espacio turístico en el cual considera cuatro elementos básicos del turismo: los resorts, las redes de transporte, el comportamiento de los turistas y la actitud de la población y de los encargados de tomar las decisiones locales sobre el turismo. La aparición de un resort en un espacio geográfico determinado supondrá la atracción de turistas y, por consiguiente, la creación de resorts paralelos que acaben interconectados por redes de transporte, formando un único destino.

Esta estructura crea un destino cuantificable cuyas divisiones también lo serán. Además, parece quedar caro que, identificando cuáles son las características socioculturales de un territorio y el origen de sus recursos turísticos, será posible determinar si ese territorio es susceptible de ser gestionado, hablando así de la homogeneidad propuesta por Valls (2004), es decir, la capacidad administrativa que posee un determinado territorio.

4. RECURSOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS GESTIONADOS COMO UN ÚNICO ENTE

Hasta este punto, se ha podido ver que los intentos de delimitar un destino turístico partían de la identificación de una serie de recursos, como pueden ser, por ejemplo, elementos naturales o históricos, es decir, recursos atrayentes de visitantes para poner fronteras que permitiesen facilitar las labores de gestión del destino turístico.

La identificación de dichos recursos lleva a pensar en que su origen y fin ha de estar enfocado al desarrollo turístico. La gestión de los recursos origina productos turísticos que serán objeto de gestión de las empresas públicas y privadas del destino en concreto.

Pero algunos autores hacen hincapié en que, en muchas ocasiones, los gestores que se han apoyado en el marketing para la gestión del territorio han cometido errores empleando mal sus herramientas. Buhalis (2000) afirma que el marketing ha tratado el turismo como cualquier otro producto, sin tener en cuenta ni las necesidades y limitaciones únicas de cada destino, ni sus características geográficas y socioculturales. Apoyando esta afirmación, Kotler y Armstrong (2010, 29) plantean que «muchas gente sólo piensa en el marketing como vender y promocionar [...], sin embargo, son solo la punta del iceberg del marketing».

Este hecho ha de hacer reflexionar a aquellos que dedican esfuerzos y recursos en promocionar un territorio, sin la certeza de conocer verdaderamente sus características y su configuración orientada al desarrollo del turismo.

Smith (1994) propone un modelo (figura 1) para el producto turístico, compuesto por cinco elementos: la planta física, el servicio, la hospitalidad, la libertad de elección y la participación. Este modelo podría, incluso, ser aplicado para un destino turístico.

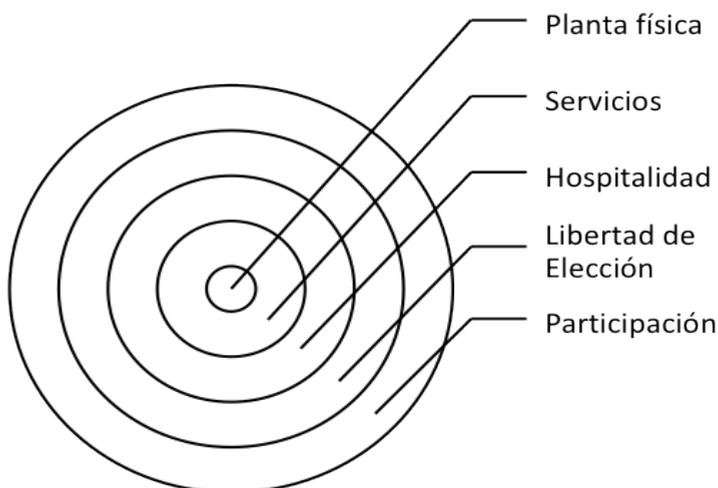


Figura 1. Modelo de un producto turístico. Fuente: Smith (1994)

Previo al modelo de producto turístico de Smith, el modelo propuesto por Medlik y Middleton (1973) se compone de las atracciones del destino, las instalaciones, la accesibilidad, la imagen y, finalmente, el precio, y muestra una gran semejanza entre ambos.

Se puede afirmar que este conjunto de elementos genera, entre todos, una atracción para los turistas potenciales hacia los destinos. Dicha atracción es lo que Valls (2004) denomina centralidad, entre otros elementos que configuran un territorio como destino turístico.

Y es que, si no existe esa centralidad, las personas no se sentirán atraídas hacia el destino y, como señalan Cooper y Hall (2008), si las personas que no son residentes de un determinado lugar no lo visitan, éste no será un destino turístico. Además, el ciclo de vida del destino turístico (Butler 1980) permite evaluar la posición y el desarrollo en el que éste se encuentra.

Debido a la necesidad de gestión que presentan los destinos turísticos, identificar, coordinar y gestionar los recursos y servicios con los que cuentan es de obligado cumplimiento para una ejecución eficaz de la promoción y comercialización de éstos como un todo, como un destino turístico. Buhalis (2000, 98) describe al destino como «la amalgama de productos turísticos que ofrecen un conjunto de productos y servicios que ofrecen una experiencia integrada a los consumidores [...] y que son consumidos bajo la marca del destino» (figura 2).

Es posible, incluso, profundizar en cada uno de los elementos que se proponen en el trabajo de Buhalis. Por ejemplo, los servicios prestados en los diferentes recursos de un territorio pueden ser divididos en «actividades de naturaleza turística, de aplicación turística y de apoyo al turismo» (Torres 2004, 59).

Esta oferta, orientada al turismo, también ha sido analizada por varios autores, aunque, inevitablemente, empleado términos diferentes, pero afines. Cooper y Hall (2008) afirman que son necesarios, al menos, cuatro elementos disponibles en el destino turístico (figura 3).

La importancia de estos elementos para el desarrollo de un territorio como destino turístico es de tal relevancia que otros análisis han trabajado con cada uno de dichos elementos de forma individual, desglosándolos más si cabe. Los elementos atrayentes son analizados, entre otros autores, por Lazzeretti (2004) o Rey et al. (2004) citado en Shaadi, Pulido-Fernández y Rodríguez (2016).

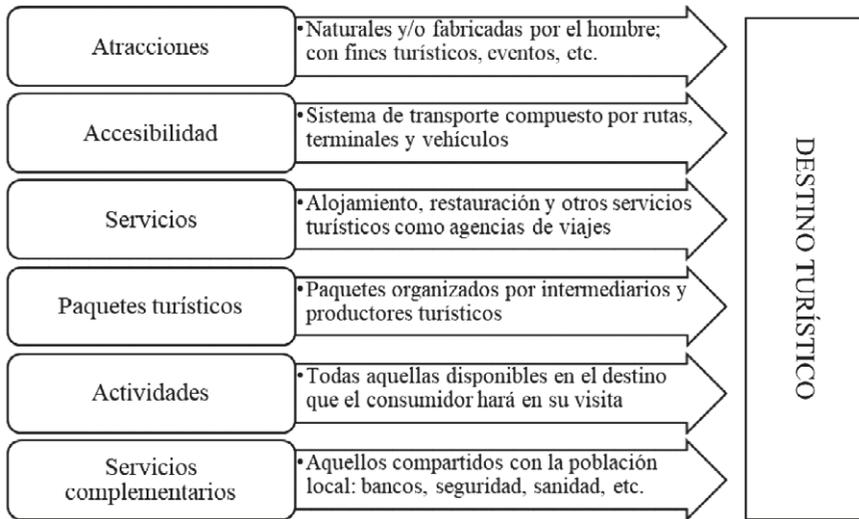


Figura 2. Componentes de un destino turístico. Fuente: Buhalis (2000)

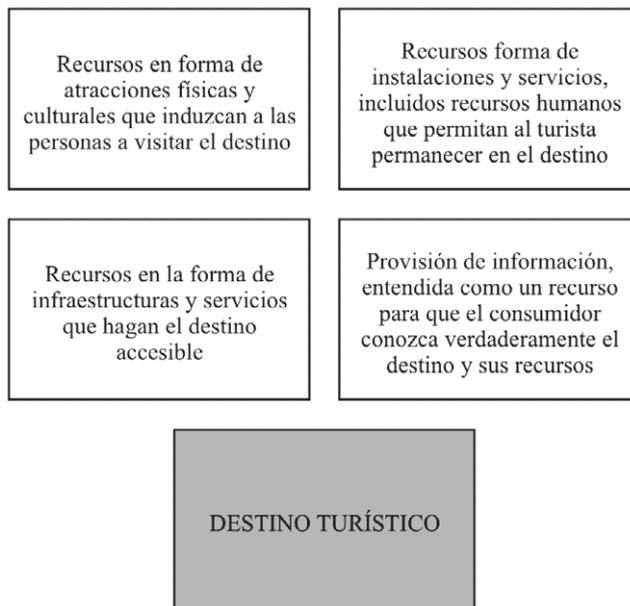


Figura 3. Elementos de un destino turístico. Fuente: Elaboración propia a partir de Cooper y Hall (2008)

La actividad turística, pese a desarrollarse sobre una indispensable planta física, necesita de una serie de servicios para su correcto desarrollo. Esta unión, necesaria para la generación de valor, ha sido planteada a raíz de la lógica dominante de los servicios (SD-Logic), que Vargo y Lusch (2008) han desarrollado a partir de la mejora de sus propios trabajos (Vargo y Lusch 2004, Lusch y Vargo 2006). En la figura 4 se enumeran cinco de las diez premisas que se han considerado más consonantes con el destino turístico, a partir de las aproximaciones a éste desde el punto de vista del consumidor como eje central del proceso productivo y las aproximaciones socioculturales que se analizan en el trabajo de Saraniemi y Kyänen (2011).

Hasta aquí se ha desarrollado la idea del conjunto de recursos, elementos y servicios que se pueden encontrar en el destino y, por tanto, se ha evidenciado que la gestión de los destinos ha de llevarse a cabo como un todo, teniendo en cuenta estos componentes y a todos los *stakeholders*.

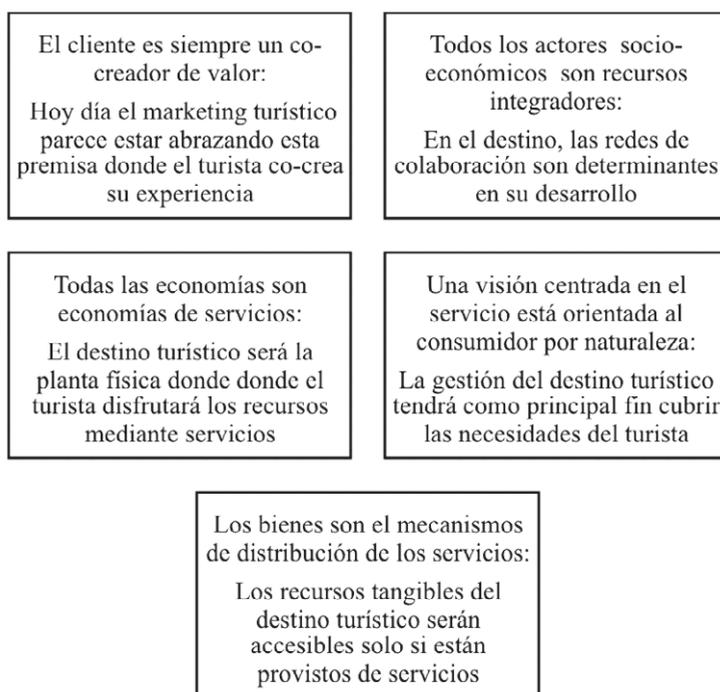


Figura 4. Cinco premisas de la SD-Logic acordes al destino turístico.

Fuente: Elaboración propia a partir de Vargo y Lusch (2008)

Además, aunque no se haga referencia directa a este hecho, trabajar de forma conjunta en un destino para estructurar una oferta y posicionarse en el mercado conlleva, intrínsecamente, planificar la sostenibilidad del destino (Nguyen, Johnson, Young 2022), especialmente desde las políticas aplicadas por parte de los gestores.

Esto hace latente la importancia que supone para un destino poner en valor y comercializar la amalgama de recursos y servicios como un todo. Cuando quedan claros y definidos los elementos que componen el destino turístico, que serán objeto de planificación, hay que destacar la importancia de que éstos sean tratados de manera conjunta y es que, de hecho, «una tarea fundamental de los responsables del destino turístico se ocupa de integrar los distintos recursos, bienes y servicios, equipamientos e infraestructuras que afectan directa o indirectamente a la actividad turística, de manera que se diseñe una planificación común y se realice una gestión conjunta de todo este sistema turístico» (López y López 2007, 72).

En muchas ocasiones, la gestión de los recursos del destino es llevada a cabo por una mayoría de pequeñas y medianas empresas, frente a las grandes empresas, estas últimas presentes en destinos principales, especialmente en el sector hotelero. La disposición de este conjunto de empresas públicas y privadas y las relaciones que se dan entre ellas, ha llevado a varios autores a definir al destino turístico mediante términos empleados en otros sectores empresariales, en los que existen empresas agrupadas en torno a una actividad concreta.

Por ejemplo, Hjalager (2000) realiza una comparación entre la configuración y disposición de un destino turístico con un distrito industrial. Con el objetivo de caracterizar los destinos turísticos como sistemas arraigados localmente, Petrić y Mrnjavac (2003) establecen las semejanzas de un distrito industrial con las de un destino. La producción turística dentro del destino está basada en una gama de productos específicos que, en conjunto, hacen del destino un producto integral, único y competitivo en el mercado turístico.

Tras revisar el trabajo que Hjalager desarrolla, Jackson y Murphy (2002, 38) aclaran que el concepto de destino se aproxima más a un clúster, «refiriéndose a la concentración de industrias interrelacionadas pero diferentes, mostrando un entendimiento compartido de la ética de los negocios competitivos que proviene de la teoría competitiva». Porter (2008) define un clúster como la concentración geográfica de empresas interconectadas, en industrias relacionadas que compiten entre sí, a la vez que cooperan.

En definitiva, los *stakeholders*, entendidos estos como la administración, las empresas privadas, la población local y los turistas, convivirán en un entorno común, en el que, en mayor o menor medida, existirán relaciones tanto competitivas como colaborativas. Esta interdependencia que se genera al compartir un espacio físico y un objetivo común, ha de tener como objetivo promover el destino más que sus intereses individuales, según Jackson y Murphy (2002), y es que, «aunque el turista esté directamente conectado a las empresas y las diferentes instituciones culturales [...], éste experimenta el destino como un todo, como un producto unificado, el cual se basa en la amalgama de consumo, producción y culturas locales» (García-Rosell, Haanpää, Kylänen y Markukse 2007, 454).

Estas afirmaciones resumen, en gran medida, el porqué de la cooperación en todas las fases de la planificación estratégica del destino y que los componentes de la oferta deben tener claro que, si un turista no visita un destino, será imposible que ellos prosperen en sus negocios, por lo que «deben de encontrar la forma de desarrollar prácticas más participativas e integradoras para las empresas, en el desarrollo del destino y en su planificación, en la cual los *stakeholders* tengan voz y voto en vez de ser solamente tenidos en cuenta» (García-Rosell, Haanpää, Kylänen y Markuksela 2007, 455).

La cooperación para generar una oferta turística estructurada es uno de los elementos intangibles que empiezan a despertar el interés de algunos académicos, con el fin de entender el destino turístico fuera de los patrones que se han venido viendo hasta ahora (Baggio, 2022). Según Machiavelli (2001, 7), «la condición en la cual las pequeñas empresas pueden desarrollar una gran fuerza competitiva surge de su habilidad para cooperar, de las asociaciones y la integración entre ellas».

Candela y Figini (2010) hacen un resumen de los principales problemas económicos de un destino turístico, partiendo de los cuatro elementos indispensables de éste que proponen Cooper et al. (2008). El destino es un producto en sí, lo que lleva a la necesidad de coordinar las diferentes actividades de producción llevadas a cabo por empresas interdependientes. Candela y Figini (2010) desarrollan el teorema de la coordinación en un destino turístico, que consta de tres dimensiones: la coordinación en las cantidades, la coordinación en la calidad y la coordinación en el precio.

Parece claro que una localidad, región o un país, han de responder a dos características concretas para disponer de una oferta turística estructurada. Por un lado, se debe identificar la existencia de los recursos, elementos y servicios que se han venido analizando y, además, se han de organizar

y gestionar eficientemente, generando así una oferta turística estructurada. Dicha oferta forjará lo que Valls (2004) define como centralidad, entendida ésta como la capacidad de atracción de un destino turístico.

En muchas ocasiones, puede darse la centralidad de forma previa a la estructuración de una oferta turística, en lugares donde existen recursos turísticos que generan esa atracción, que son descubiertos por turistas cuyo carácter es aventurero, curioso y adaptativo a cambios imprevistos, es decir, que poseen un perfil aloecéntrico, según Plog (2001). Dichos lugares deberán gestionar sus recursos si quieren desarrollarse como destinos y atraer a un mayor número de turistas.

Además, una oferta estructurada supone una estandarización de calidad, por lo que, en términos de producto, un turista con unas determinadas expectativas resultará satisfecho y habrá cubierto sus necesidades satisfactoriamente.

5. LA MARCA DE UN DESTINO TURÍSTICO COMO PROYECCIÓN DE SU IMAGEN GENERADA

Al igual que el concepto de destino turístico, la imagen también ha sido tratada desde diversas perspectivas, con el fin de establecer una definición comúnmente aceptada. Autores atraídos o por una carencia conceptual, o bien como premisa para otros estudios (como los procesos de formación de la imagen o las políticas que gestionen la imagen de los destinos), han intentado esclarecer sus dimensiones para aportar una definición consensuada.

Lew (1987) hace una aproximación hacia las atracciones turísticas, teniendo en cuenta tres amplias perspectivas: la definición ideográfica y descripción de los tipos de atracciones, la organización y el desarrollo de las atracciones y la percepción cognitiva y la experiencia de las atracciones turísticas por diferentes grupos. Este marco conceptual se aplicó a estudios previos, con el fin de desarrollar nuevas líneas de investigación, aparte de aclarar algunos aspectos o huecos en dichos estudios pasados.

Cuando se trata la imagen de un destino turístico, sea cual sea la intención del estudio, se ha de tener en cuenta detalles que, aunque puedan parecer evidentes, a veces pueden causar confusión en los lectores. Leiper (2000) aclara las confusiones académicas o problemas de conceptualización que pueden generarse en las investigaciones turísticas cuando se emplean

metáforas para hacer referencia al destino turístico, siendo, en este caso, denominado corazón del turismo. Según Leiper (2000), el corazón humano es considerado como la fuente de las emociones y un destino turístico no es una fuente de emociones, sino que las emociones provienen de la mente del turista, que es hacia donde los investigadores deberían mirar si este problema es investigado.

Esta afirmación, unida a definiciones de imagen como la construcción mental desarrollada por el consumidor sobre la base de unas impresiones elegidas de entre un montón de impresiones totales (Reynolds 1965), o «la representación mental de los atributos y beneficios buscados de un producto» (Santos 1994, citado en Gallarza, Gil y Calderón 2002, 60), dejan claro que la imagen de un destino se posiciona en la mente del turista.

El trabajo de Beerli y Martín (2004) afirma que la imagen percibida de los destinos se forma a través de fuentes de información primarias y secundarias, en adición a los factores personales que incluyen las motivaciones, las experiencias previas de otros viajes y las características sociodemográficas, junto a los atributos y dimensiones del destino turístico (características socioculturales, políticas y económicas y naturales, además de los elementos naturales y las infraestructuras en las que se asientan estas características).

Los elementos *in situ* del destino turístico, como su cultura o costumbres, que afectan a la imagen, son difíciles de cambiar. Deberían pasar generaciones para que, en cierta medida, haya cambios sustanciales en estos parámetros y que la imagen proyectada sea diferente. Pero, en términos de corto y medio plazo, pueden usarse herramientas que ayuden a potenciar los aspectos más destacables de un destino turístico, así como posicionarlo a través de la enmarcación de sus recursos, productos, actividades y elementos que lo conforman. En este caso, un factor determinante para que un destino sea reconocido como tal en los mercados es la marca.

Una de las definiciones de marca más extendidas a día de hoy sigue siendo la propuesta por la Asociación de Marketing Americana (American Marketing Association), cuyo origen proviene de 1960, y que no ha variado. La marca es un nombre, término, diseño, símbolo o cualquier otra característica que identifica y diferencia a un vendedor de bienes o servicios de otros vendedores. Que no haya variaciones en esta definición, no quiere decir que no se haya profundizado en su estudio. Los componentes de ésta y su repercusión sobre la imagen del destino son algunos de los estudios llevados a cabo durante las tres últimas décadas.

Como se ha dicho anteriormente, la marca también puede ayudar a potenciar la imagen del destino, ensalzando los aspectos deseados de éste. Kotler y Gertner (2002, 249-250) apuntan que, además, una marca «incita creencias, evoca emociones y da pie a comportamientos» y que «las marcas tienen valor social y emocional para los usuarios». No obstante, la creación de una marca por sí sola no tendrá el poder o la capacidad suficiente para potenciar una imagen, si no se crea en base a ésta (Gato et al. 2022).

Por otro lado, «la marca de un destino toma el papel de destacar el valor de los productos, servicios, experiencias, etc. que son la oferta del destino y, de ese modo, contribuye a la equidad» (Hauland, Ness, Grønseth, y Aarstad, 2010, 274), a la vez que cumple tres funciones principales de cara al comprador, en este caso el turista potencial: reducir los costes de búsqueda, asegurar la calidad reduciendo el riesgo a la hora de la elección de por parte del turista y otorga un estatus y prestigio al destino (Berthon, Hulbert, y Pitt 1999).

Así, el diseño de una marca para un destino turístico, además de suponer su reconocimiento en los mercados, supone su identificación y diferenciación frente a la competencia y otorga un estándar de calidad, a la vez que se reduce el riesgo e incertidumbre del turista en el proceso de elección de su destino (Pike y Page 2014). También, permite segmentar el mercado para atraer a un tipo de turista en concreto, facilitando, a su vez, la introducción de nuevos productos turísticos, englobándolos bajo esa marca, y la creación de valor añadido (Serra 2011).

Aunque las ventajas de la creación de una marca para un destino parecen claras y existe consenso respecto a ellas, los procesos de creación de una marca en turismo pueden ser muy complejos (Méndez 2020), debido a la naturaleza intangible del destino turístico y/o de los productos turísticos, además de contar, en ocasiones, con territorios muy amplios que han de adaptarse a una única marca (Saraniemi y Komppula 2019). «Por lo tanto, se cree que el proceso de creación de una marca es menos controlable, más complejo, multidimensional multifacético y mucho menos avanzado que en otros productos de consumo» (Tasci y Kozak 2006, 311).

Pike (2005) pone en relieve la complejidad del proceso de creación de la marca, cuestionando si su posicionamiento llega a cubrir las necesidades de todos los mercados, si encaja con los intereses de los negocios de todos los operadores turísticos locales y si encapsulará el sentimiento de lugar de la comunidad.

Hankinson (2004) identifica cuatro corrientes de estudios interrelacionados que han tratado de analizar la marca como una entidad perceptual, analizando los atributos que la componen; la marca como vía de comunicación «cuyo proceso de gestión conlleva a un plan estratégico para construir una identidad basada en los atributos del destino seleccionados en base a la competitividad, singularidad e identificación» (Gnoth 2002 citado en Hankinson 2004, 113); la marca como una relación entre el destino y el turista, siendo éste su principal objetivo; y, por último, la marca como realizadora de los valores.

Con el objeto de crear una marca eficaz, Hankinson propone un modelo basando en una red de relaciones entre los diferentes *stakeholders* de un destino turístico, lo cual asegurará que la marca se ajuste fielmente a la realidad y genere una imagen real de lo que se quiere transmitir (figura 5).



Figura 5. Relaciones determinantes de la marca de un destino turístico. Fuente: Elaboración propia a partir de Hankinson (2003)

En definitiva, la marca debe de ser el origen del conjunto de relaciones que se crean en el destino turístico para, en cierta medida, integrar a un conjunto de *stakeholders* heterogéneos, pero que comparten un fin común, atraer al turista. Todos los aspectos que rodean a la marca respecto al posicionamiento del destino turístico, su caracterización y su mercado objetivo, junto a la reducción de la incertidumbre en el proceso de compra, la convierten en un elemento indispensable para el destino turístico, sin la cual no podría conformarse como tal, al ser su reflejo en los mercados.

6. EL CAPITAL SOCIAL DEL DESTINO TURÍSTICO. LA DINÁMICA RELACIONAL ENTRE LOS STAKEHOLDERS PARA ALCANZAR UNA META COMÚN

A lo largo del análisis de los diferentes componentes de un destino turístico, se ha visto cómo, de una manera u otra, su puesta en valor y funcionamiento conlleva que los *stakeholders* estén en continuo contacto para el desarrollo y éxito de sus objetivos, principalmente atraer visitantes y/o ser reconocidos en el mercado, un mercado cada vez más complejo, en el que las ventajas comparativas parecen haber perdido peso frente a las competitivas. Este hecho hace que los servicios en el destino cobren mayor protagonismo para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Las diversas dinámicas respecto a las relaciones que se establecen entre los actores del destino y la forma que toman con el paso del tiempo determinarán el capital social del destino. Dicho capital será condicionante del desarrollo y éxito de un destino turístico, ya que «existe una relación directa entre la dinámica relacional de un territorio y su grado de desarrollo turístico» (Merinero y Pulido 2009, 173; Ledesma, Merinero-Rodríguez y Pulido-Fernández 2021).

Principalmente, son dos las corrientes que han estudiado el capital social. Por un lado, los sociólogos analizan cómo se desenvuelven los actores en un entorno en el que existen normas, leyes y obligaciones, y cómo sus acciones toman forma, son limitadas o redirigidas por el contexto social. Paralelamente, la otra corriente proviene del trabajo llevado a cabo por economistas, que consideran a los *stakeholders* como individuos con objetivos diferentes que pueden actuar independientemente, pero que comparten algún objetivo final común (Coleman 1988).

Atria (2003, 582-583) identifica dos dimensiones para el capital social:

La primera dimensión se refiere al capital social entendido como una capacidad específica de movilización de determinados recursos por parte de un grupo; la segunda se remite a la disponibilidad de redes de relaciones sociales. [...] El capital social de un grupo social podría entenderse como la capacidad efectiva de movilizar productivamente y, en beneficio del conjunto, los recursos asociativos que radican en las distintas redes sociales a las que tienen acceso los miembros del grupo en cuestión.

En este caso, aplicado a un destino turístico, también supondría la capacidad de movilizar productivamente en beneficio del conjunto (de los *stakeholders*) los recursos que las redes sociales brindan a éstos. Concretamente, la movilización de recursos podría identificarse con los esfuerzos que buscan cubrir las necesidades de los turistas en el destino, entendido éste como un todo (Czakov y Czernek-Marszalek 2021).

Según Adler y Kwon (2002, 23), «el capital social son los beneficios intangibles disponibles para los individuos o grupos. Su fuente recae en la estructura y el contexto de las relaciones sociales de los actores. Sus efectos surgen de la información, influencia y solidaridad que la hacen disponible a los actores». De hecho, compartir recursos e información entre empresas y entidades es un aspecto fundamental para el desarrollo turístico (McLeod 2020).

El capital social no solo tiene sus límites en los actores que se encuentran dentro de un espacio geográfico determinado, sino que éste se desarrolla a lo largo del territorio a través de las redes de relaciones. Por lo que se puede diferenciar entre capital social de lazos (*bonding*), que se da dentro de un territorio, y de puentes (*bridging*), que se extiende más allá del mismo y de sus intereses propios y genera conexiones con otras redes de relaciones (Adler y Kwon 2002; Siles, Robison, y Whiteford 2003).

Parece evidente que el capital social de lazos encaja en el concepto de destino turístico como se ha venido desarrollando hasta ahora. Un grupo de actores que coopera y compite, a la vez, en un determinado territorio, con el fin de atraer al turista, siendo éste su objetivo común, pone a disposición el conocimiento y los recursos, junto a aquellos recursos provenientes de las administraciones públicas, que serán parte de esta red de relaciones, en muchos casos destacando en un punto central de la red, como agente dinamizador de la actividad empresarial turística, al menos, en materia de promoción.

De hecho, aplicar técnicas cuantitativas para analizar las redes ha permitido verificar que la relación entre el desarrollo turístico local y el conjunto de relaciones es directa, por lo que es posible decir que el capital social es uno de los elementos que son indispensables en el desarrollo del turismo y, por ende, para la consolidación de un destino turístico como tal (Merinero 2011, Merinero y Pulido 2009, Cruz y Pulido-Fernández 2012).

Durston (2000, 7) realiza una aproximación hacia el capital social desde una perspectiva de desarrollo comunitario, afirmando lo siguiente:

Se trata de un conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza, la ayuda recíproca y la cooperación. El paradigma del capital social plantea que las relaciones estables de confianza, reciprocidad y cooperación pueden contribuir a tres tipos de beneficios: reducir los costos de transacción, producir bienes públicos y facilitar la constitución de organizaciones de gestión de base efectivas, de actores sociales y de sociedades civiles saludables.

Respecto a la reducción de los costes de transacción en un destino turístico, es posible previamente identificar los costes de este tipo a los que hay que hacer frente. Los costes de transacción del intercambio directo entre los consumidores finales y vendedores del sector turístico se componen de los costes de coordinación, los costes de búsqueda y los costes de incertidumbre respecto a la calidad (Calveras y Orfila, 2010).

Haciendo un paréntesis en cómo se ajusta este beneficio del capital social en los destinos turísticos, hay que resaltar que Calveras y Orfila (2010) hablan del papel tradicional de los turoperadores y agencias de viajes como agentes que, entre sus ventajas como puede ser facilitar al turista la compra del producto turístico, se encuentra la reducción de estos costes, incluso su eliminación.

En el caso de los destinos turísticos, que sea más fácil la constitución de organizaciones de gestión desemboca en la aparición de las organizaciones de gestión de destinos (DMO), definidas éstas como «las entidades organizacionales líderes que pueden incluir la asociación de varias autoridades, *stakeholders* y profesionales del sector turístico que se enfocan hacia una visión colectiva del destino». ¹ Además, son consideradas la máxima expresión de la colaboración público-privada en la gestión de destinos y la herramienta

1. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420841> [Último acceso: 18/09/2023].

esencial en el área de la gobernanza (Carrillo-Hidalgo y Pulido-Fernández 2019 y 2021).

A nivel de destino turístico, el conjunto de relaciones puede suponer la estandarización en la calidad, la eliminación de los costes de coordinación, al funcionar el destino como un único ente y, finalmente, la reducción de los costes de búsqueda al consumidor, ya que el destino se posicionará en los mercados más claramente y la información acerca de éste será más clara y concisa (en este aspecto, la marca es un elemento fundamental que transmite una gran cantidad de información acerca del destino a través de sus componentes, simples y directos).

Por último, de acuerdo con la producción de bienes públicos mediante el conjunto de relaciones en un destino turístico, se concluye que el desarrollo local y la mejora de la calidad de vida de la población residente a través del turismo es uno de los beneficios de esta actividad (Torres 2013, Valls 2013). Para lograr tal fin, la gestión se ha de llevar a cabo mediante el desarrollo de políticas turísticas que «a través de planes y programas públicos, se dirige a la totalidad del sector turístico o una parte del mismo [...], y en ambos supuestos siempre se tenga en cuenta a todos o a alguno de los siguientes destinatarios: las organizaciones públicas, los actores privados, el turista y la comunidad residente en el destino» (Velasco 2013, 478).

Un estudio llevado a cabo sobre un grupo de pequeños y medianos alojamientos en Östersund (Suecia) muestra que existe un consenso respecto a tres principios básicos para la generación de un capital social eficiente: mostrar entusiasmo, dar tiempo y contribuir a la financiación. Por otro lado, identifican un código de conducta que es necesario para el éxito en el balance de los tres aspectos nombrados arriba, compuesto de siete puntos: entrar en un diálogo activo, ser eficiente, ser iguales, la confianza de unos en otros, compartir información, reunirse cara a cara y, finalmente, pasarlo bien. Por último, ha de existir un equilibrio en las acciones con el fin de evitar disparidades que generen conflictos (Friedrichs y Gummesson 2006) (figura 6). De este modo, se pueden evitar tensiones realmente innecesarias (Crick y Crick 2020).

Hasta este punto, se ha hecho evidente, de manera general, que el capital social es un elemento *sine qua non* para que el destino turístico pueda desarrollarse como tal. Son las relaciones y la colaboración los determinantes para alcanzar los objetivos comunes de los *stakeholders* del destino que, de otra manera, no se llegarían a cumplir (Cehan, Eva y Iațu 2021). No

obstante, no sólo alcanzar una serie de objetivos es el motivo de la colaboración, sino que el capital social ayuda a estructurar el destino y favorece su desarrollo sostenible, teniendo en cuenta las tres dimensiones de la sostenibilidad, económica, ambiental y social (Flores 2013) y, por ende, considerar a todos los actores como parte de un único sistema (Leiper 1979) en el que se fomenta la interacción entre los visitantes y el territorio y un intercambio entre las diferentes partes que lo componen (Murphy 1983, citado en Merinero y Pulido 2009, 176).

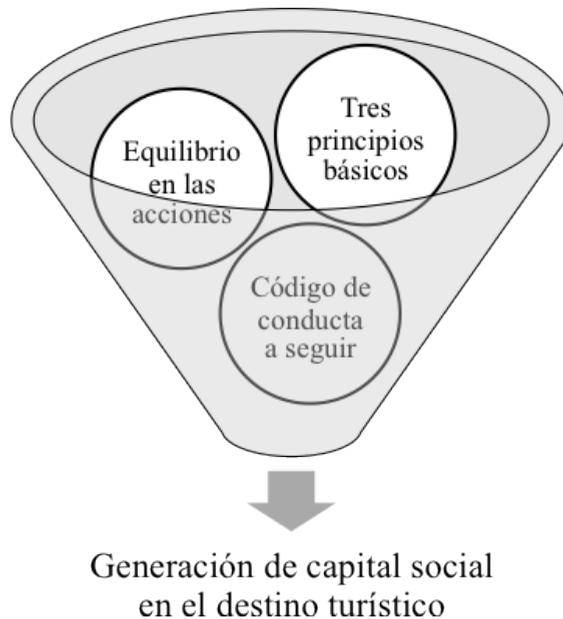


Figura 6. Pilares del capital social.

Fuente: Elaboración propia a partir de Friedrichs y Gummesson (2006)

7. CONCLUSIONES

El carácter multidisciplinar de un destino turístico lo ha convertido en uno de los conceptos más complejos de desarrollar por parte de las diversas corrientes de estudio que lo han abordado, identificando, en algunos casos, cómo se estructura éste y, a día de hoy, sigue habiendo un gran debate respecto a su definición que requiere innovar y profundizar en cada uno de sus elementos.

La hipótesis que se plantea en este trabajo ha sido verificada a través de una amplia revisión bibliográfica, demostrando que las aproximaciones que se han llevado a cabo hacia el concepto de destino turístico, ya sea directa o indirectamente, intentan identificar la oferta que éste contiene, identificar su imagen y marca, analizar su capital social y, por último, se analiza el territorio con fines organizacionales y de gestión del destino, comprendiendo éstos, los cuatro principales elementos de un destino turístico.

Es evidente que las relaciones entre los actores son fundamentales para el desarrollo de los aspectos ya mencionados, y, por consiguiente, la existencia de la última de las características fundamentales para la configuración de un territorio, su capacidad o susceptibilidad para ser gestionado como un todo. La existencia de un consenso en cuanto al desarrollo de la actividad turística por parte de los *stakeholders* del territorio es esencial para que esta capacidad de gestión exista, denominada homogeneidad administrativa, que hace referencia a los objetivos comunes que crean el consenso entre los actores para ser administrados como un todo.

A continuación, ha de existir una oferta estructurada enfocada a un segmento de mercado, lo que le permita posicionarse en éste. De esta manera, se genera una centralidad, entendida ésta como la capacidad de atracción de los turistas. Dicha capacidad de atracción puede venir determinada por ventajas comparativas propias del destino, o bien, por el trabajo de los gestores en generar ventajas competitivas.

La marca es otro de los elementos que se ha considerado fundamental para la configuración de un destino turístico, ya que, como se ha analizado, debe condensar y sintetizar el carácter de un territorio, la personalidad en común y el objetivo final que persiguen un conjunto de actores muy heterogéneos que cooperan y compiten entre ellos. Como en el caso del capital social, la creación de la marca puede ser llevada a cabo únicamente por aquellos actores que tienen intereses en el desarrollo de la actividad turística

de un determinado territorio, dando lugar a que no todos los *stakeholders* del territorio se sientan identificados.

Finalmente, la existencia de capital social en un destino es fundamental para su configuración, ya que será el responsable del carácter dinámico de los destinos turísticos. Indirectamente, dicho capital puede ser considerado el agente proactivo que dé lugar a otros aspectos del destino turístico que son fundamentales para su funcionamiento, como pueden ser las organizaciones de gestión de destinos (DMO). Hay que matizar que es posible que el capital social que configura un destino turístico no tiene por qué estar compuesto por todos los actores del destino, y, por ende, estar formado solo por aquellas partes que han mostrado interés en el desarrollo de un destino.

REFERENCIAS

- Adler, Paul y Seok-Woo Kwon. 2002. «Social capital: prospects for a new concept». *Academic of Management Review* 27(1): 17-40.
- Atria, Raúl. 2003. «Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo». En *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, Coord. Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford. Libros de la CEPAL, 71. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Universidad del Estado de Michigan en Santiago de Chile.
- Ávila Bercial, Reyes. 2002. «Introducción al concepto de sostenibilidad y turismo sostenible». En *Turismo sostenible*. Madrid: IEPALA.
- Baggio, Rodolfo. 2008. «Symptoms of complexity in a tourism system». *Tourism Analysis* 13: 1-20.
- . 2020. «Tourism destinations: A universality conjecture based on network science». *Annals of Tourism Research* 82: 102929
- . 2022. «Network Analysis». En *Applied Data Science in Tourism. Tourism on the Verge*. Springer: Cham.
- Barrado Timón, Diego Antonio. 2004. «El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico territorial». *Estudios Turísticos* 160: 45-68.
- Berli Palacio, Asunción y Josefa Delia Martín Santana. 2004. «Factors influencing destination image». *Annals of Tourism Research* 31(3): 657-681.

- Berthon, Pierre, Jame Hulbert y Leyland Pitt. 1999. «Brand Management Prognostications». *Sloan Management Review* 40(2): 53-65.
- Bornhorst, Tom, Brent Ritchie y Lorn Sheehan. 2010. «Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives». *Tourism Management* 31: 572-589.
- Brown, Robert. 1935. «The Business of Recreation». *Geographical Review* 25(3): 467-475.
- Buhalis, Dimitrios. 2000. «Marketing the competitive destination of the future». *Tourism Management* 21(1): 97-116.
- Butler, Richard. 1980. «The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources». *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 24(1): 5-12.
- Calveras, Aleix y Francina Orfila. 2010. «Un análisis económico de la intermediación en el sector turístico». *Cuadernos de Economía* 33(91): 67-94.
- Candela, Guido y Paolo Figini. 2010. «Destination Unknown. Is there any Economics Beyond Tourism Areas?». *Review of Economic Analysis* 2(3): 256-271.
- . 2012. *The Economics of Tourism Destinations*. Berlín: Springer.
- Carlson, Albert. 1938. «Recreation Industry of New Hampshire». *Economic geography* 14(3): 255-270.
- Carrillo-Hidalgo, Isabel y Juan Ignacio Pulido-Fernández. 2019. «Examining the Organizational-Financial Structure of Public-Private Destination Management Organizations». En *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer: Cham.
- Carrillo-Hidalgo, Isabel y Juan Ignacio Pulido-Fernández. 2021. «La financiación de las Destination Management Organizations en los principales destinos del mundo. Un análisis desde la percepción de sus gestores». *Cuadernos de Turismo* 47: 203-227.
- Cehan, Alexandra, Mihail Eva y Corneliu Iașu. 2021. «A multilayer network approach to tourism collaboration». *Journal of Hospitality and Tourism Management* 46: 316-326.
- Christaller, Walter. 1955. «Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs (Contributions to a Geography of the Tourist Trade)». *Erkunde* 9(1): 1-19.
- . 1963. «Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions-Under developed countries-Recreation areas». *Papers in Regional Science* 12(1): 95-105.

- Coleman, James. 1988. «Social Capital in the Creation of Human Capital». *The American Journal of Sociology*, 19: S95-S120.
- Comisión Europea. 2000. *Towards quality urban tourism. Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*. Luxemburgo.
- Cooper, Chris. 1947. «Tourism». *Journal of Geography* 46(3): 115-120.
- Cooper, Chris y Colin Michael Hall. 2008. *Contemporary Tourism: An International Approach*. Routledge.
- Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert y Stephen Wanhill. 2008. *Tourism. Principles and practice*. Essex: Prentice Hall.
- Crick, James y Dave Crick. 2020. «Coopetition and COVID-19: Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis». *Industrial Marketing Management* 88: 206-213.
- Crisler, Robert y Mahlon Hunt. 1952. «Recreation Regions of Missouri». *The Journal of Geography* 51:30-39.
- Cruz, Gonzalo Matías y Juan Ignacio Pulido-Fernández. 2012. «Dinámica relacional interorganizacional para el desarrollo turístico. Los casos de Villa Gesell y Pinamar (Argentina)». *Revista de Estudios Regionales* 94: 167-194.
- Czakon, Wojciech y Katarzyna Czernek-Marszalek. 2021. «Competitor perceptions in tourism competition». *Journal of Travel Research* 60(2): 312-335.
- Deasy, George. 1949. «The tourist industry in a “north woods” county». *Economic Geography*, 25(4): 240-259.
- Durston, John. 2000. *¿Qué es capital social comunitario?* Naciones Unidas, División de Desarrollo Social. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Eiselen, Elisabeth. 1945. «The Tourist Industry of a Modern Highway: U.S. 16 in South Dakota». *Economic Geography* 21(3): 221-230.
- Flores Ruiz, David. 2013. «Análisis multidimensional de la sostenibilidad de los destinos turísticos: la eficiencia». En *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Framke, Wolfgang. 2002. «The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 2(2): 92-108.
- Friedrichs, Yvonne y Evert Gummesson. 2006. «Hotel networks and social capital in destination marketing». *International Journal of Service Industry Management* 171: 58-75.

- Gallarza, Martina, Irene Gil Saura y Haydée Calderón García. 2002. «Destination Image. Towards a Conceptual Framework». *Annals of Tourism Research* 29(1): 56-78.
- García-Rosell, José Carlos, Minni Haanpää, Mika Kylänen y Vesa Markuksela. 2007. «From firms to extended markets: A cultural approach to tourism product development». *Tourism Review* 55(4): 445-459.
- Gato, Mafalda, Álvaro Dias, Leandro Pereira, Renato Lopes da Costa y Rui Gonçalves. 2022. «Marketing Communication and Creative Tourism: An Analysis of the Local Destination Management Organization». *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8(1): 40.
- Getz, Donald. 1999. «Resort-centred Tours and Development of the Rural Hinterland: Tje Case of Cairns and the Atherton Tablelands». *The Journal of Tourism Studies* 10(2): 23-34.
- Gilbert, Edward. y Litt, M. 1939. The growth of Inland and seaside health resorts in England. *Scottish Geographical Magazine* 55(1): 16-35.
- Gilmore, Fiona. 2002. «A country — Can it be repositioned? Spain — The success story of country branding». *Journal of Brand Management* 9(4-5): 262-280.
- Gunn, Clare. 1989. «Tourism planning fundamentals». *South African Journal for Research in Sport. Physical Education and Recreation* 12(1): 109-118.
- Haas, J. H. 1947. «Tourism in U.S.A.». *Revue de Tourisme* 2(1): 1-3.
- Hankinson, Graham. 2004. «Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands». *Journal of Vacation Marketing* 10(2): 109-121.
- Hauland, Sven, Havard Ness, Bjord-Ove Grønseth, y Jarle Aarstad. 2010. «Development of tourism destination. An Integrated Multilevel Perspective». *Annals of Tourism Research* 38(1): 268-290.
- Hjalager, Anne-Mette. 2000. «Tourism Destination and the concept of industrial district». *Tourism and Hospitality Research* 2(3): 199-213.
- Hu, Yangzhou y Brent Ritchie, 1993. «Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach». *Journal of Travel Research* 32(2): 25-34.
- Jackson, Julie y Peter Murphy. 2002. «Tourism destination as clusters: Analytical experiences from the New World». *Tourism and Hospitality Research* 4(1): 36-52.
- Jones, Stephen. 1933. «Mining and Tourist Towns in the Canadian Rockies». *Economic Geography* 9(4): 368-378.
- Kotler, Philip y Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Pearson Education.

- Kotler, Philip y David Gertner. 2002. «Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective». *Brand Management* 9(4): 249-261.
- Lazzeretti, Luciana. 2004. *Art cities, cultural districts and museums*. Florencia: Firenze University Press.
- Leiper, Nell. 1979. «The Framework of Tourism. Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry». *Annals of Tourism Research* 6(4): 390-407.
- . 1990. «Tourist Attraction System». *Annals of Tourism Research* 17(3): 367-384.
- . 2000. «Are Destinations ‘The Heart of Tourism’? The advantages of an Alternative Description». *Current Issues in Tourism* 3(4): 364-368.
- Ledesma, Oswaldo, Rafael Merinero-Rodríguez y Juan Ignacio Pulido-Fernández. 2021. «Tourist destination development and social network analysis: What does degree centrality contribute?». *International Journal of Tourism Research* 23(4): 652-666.
- Lew, Alan. 1987. «A Framework of Tourist Attraction Research». *Annals of Tourism Research*, 14(4): 553-575.
- López Bonilla, José Manuel y Luis Miguel López Bonilla. 2007. «Diferencias territoriales en la planificación y gestión del destino turístico». *Cuadernos de turismo* 19: 71-90.
- Lusch, Robert y Stephen Vargo. 2006. «Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements». *Marketing Theory* 6(3): 281-288.
- Machiavelli, Andrea. 2001. «Tourist Destination as Integrated Systems». *Tourism Review* 56(3-4): 6-11.
- McLeod, Michelle. 2020. «Understanding knowledge flows within a tourism destination network». *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 5(4): 549-566.
- McMurray, K. 1930. «The Use of Land for Recreation». *Annals of the Association of American Geographers* 20(1): 7-20.
- Medlik, Rik y Victor Middleton. 1973. «Product Formulation in Tourism». *Tourism and Marketing* 13.
- Méndez Vidal, Alfons Xavier. 2020. «La complejidad de la imagen de los destinos de costa: una conceptualización a partir del estudio de Menorca». *PASOS* 18(4) *Special Issue*: 751-765.
- Merinero Rodríguez, Rafael. 2011. «Redes de actores y desarrollo turístico: Estudio de casos en Portugal». *Análisis Turístico* 11: 9-21.

- Merinero Rodríguez, Rafael y Juan Ignacio Pulido Fernández 2009. «Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos». *Cuadernos de Turismo* 23: 173-193.
- Miège, Jean. 1933. «La vie touristique en Savoie». *Revue de géographie alpine* 21(4): 749-817.
- Miossec, Jean-Marie. 1976. «Eléments pour une théorie de l'espace touristique». *Les Cahiers du Tourisme* 36: 62.
- Mitchell, Lisle y Peter Murphy. 1991. «Geography and Tourism». *Annals of Tourism Research* 18(1): 57-70.
- Murphy, Peter. 1983. «Tourism as a community industry. An ecological model of tourism development». *Tourism management* 4(3): 180-193.
- Narduzzo, Alessandro y Serena Volo. 2018. «Tourism innovation. When interdependencies matter». *Current Issues in Tourism* 21(7): 735-741.
- Nguyen, Thi Quynh Trang, Patricia Johnson y Tamara Young. 2022. «Networking, coopetition and sustainability of tourism destinations». *Journal of Hospitality and Tourism Management* 50: 400-411.
- Pearce, Douglas. 1979. «Towards a Geography of Tourism». *Annals of Tourism Research* 4(3): 245-272.
- . 2014. «Towards an Integrative Conceptual Framework of Destinations». *Journal of Travel Research* 53(2): 141-153.
- Petrić, Lidija y Želiko Mrnjavac. 2003. «Tourism destination as a locally embedded system: Analogy between tourism destination and industrial district». *Tourism* 51(4): 403-415.
- Pike, Steven. 2005. «Tourism destination branding complexity». *Journal of Product & Brand Management* 14(4): 258-259.
- Pike, Steven y Stephen Page. 2014. «Progress in tourism management: Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature». *Tourism Management* 41: 202-227. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.09.009.
- Plog, Stanley. 2001. «Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity». *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 42(3): 13-24.
- Porter, Michael. 2008. *On Competition*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Rey Moreno, Manuel, María Ángeles Revilla Camacho, José Gil Giménez y Jesús Manuel López Bonilla. 2004. *Fundamentos de Marketing Turístico*. Madrid: Síntesis.
- Reynolds, William. 1965. «The Role of the Consumer in Image Building». *California Management Review* 7(3): 69-76.

- Saarinen, Jarkko. 2004. «“Destinations in Change”. The transformation process of tourist destination». *Tourist Studies* 2(4):161-179.
- Santos Arrebola, José Luis. 1994. «La imagen en turismo». En *¿España, un país turísticamente avanzado?* I Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).
- Saraniemi, Saila y Raija Komppula. 2019. «The development of a destination brand identity: a story of stakeholder collaboration». *Current Issues in Tourism* 22(9): 1116-1132. DOI: 10.1080/13683500.2017.1369496.
- Saraniemi, Saila y Mika Kylänen. 2011. «Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches». *Journal of Travel Research* 50(2): 133-143.
- Selke, Arthur. 1936. «Geographic Aspects of the German Tourist Trade». *Economic Geography*, 12(2): 205-216.
- Serra Cantallops, Antoni. 2011. *Marketing Turístico*. Madrid: Pirámide.
- Shaadi Rodríguez, Rosa M.^a Angélica, Juan Ignacio Pulido-Fernández e Ismael Manuel Rodríguez Herrera. 2016. «El producto turístico en los pueblos mágicos de México». *Revista de Estudios Regionales* 108: 125-163.
- Siles, Marcelo, Lindon Robison y Scott Whiteford. 2003. «Introducción». En *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, coord. Raúl Atria, Marcelo Siles, Irma Arriagada, Lindon Robison y Scott Whiteford. Santiago de Chile: CEPAL-Michigan State University.
- Smith, Stephen. 1994. «The Tourism Product». *Annals of Tourism Research* 21(3): 582-595.
- Stansfield Charles. 1969. «Recreational land use patterns within an American seaside Resort». *Revue de Tourisme* 24(4): 128-136.
- Tasci, Asli y Metin Kozak. 2006. «Destination brands vs destination images: Do we do what we mean?». *Journal of Vacation Marketing* 12(4): 299-317.
- Torres Bernier, Enrique. 2004. «Del turismo en la política económica a la política económica del turismo». *Cuadernos de Política Económica* 7: 49-71.
- . 2013. «Sistema, destino y mercado. Estructura, agentes y operaciones en los destinos turísticos». En *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos*, coord. Juan Ignacio Pulido y Yaiza López. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- UNWTO. 2016. *103th session of the Committee of Tourism and Competitiveness - Executive Council*. Málaga (Spain): 9-11 de mayo de 2016.

- . 2022. *UNWTO World Tourism Barometer*. World Tourism Organization 18(1): 1-48.
- Valls Giménez, Josep Francesc. 2004. *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Barcelona: Gestión 2000.
- . 2013. «Planificación estratégica de destinos turísticos. Aspectos diferenciados por tipologías». En *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*, coord. Juan Ignacio Pulido y Yaiza López. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Van Doren, Carlton. 1969. «Geographic Methodology in Natural Resource and Outdoor Recreation Research». *Annual Meeting of the Rural Sociological Society*. San Francisco.
- Vanhove, Norbert. 2017. *The Economics of Tourism Destinations*. Londres: Routledge.
- Vargo, Stephen y Robert Lusch. 2004. «Evolving to a New Dominant Logic for Marketing». *Journal of Marketing* 68(1): 1-17.
- . 2008. «Service-Dominant Logic: Continuing the evolution». *Journal of the Academy Marketing Science* 36(1): 1-10.
- Velasco González, María. 2013. «Gestión pública del turismo. La gobernanza». En *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*, coord. Juan Ignacio Pulido y Yaiza López. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Webster, Jane y Richard Watson. 2002. «Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review». *MIS Quarterly* 26(2): 13-23.
- Whitbeck, Ray Hughes. 1920. «The influence of lake Michigan upon its opposite shores, with comments on the declining use of the lake as waterway». *Annals of the Association of American Geographers* 10: 41-55.
- Zierer, Clifford 1952. «Tourism and Recreation in the West». *Geographical Review* 42(3): 462-481.

APUNTES SOBRE EL ANÁLISIS DE LOS RECURSOS EN LA PLANIFICACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS RURALES

JOSEP ANTONI IVARS BAI DAL
Universidad de Alicante

Palabras clave: Recursos turísticos, planificación, turismo rural, espacios rurales, desarrollo local.

Keywords: Tourist resources, planning, rural tourism, rural areas, local development.

1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo se enmarca en una de las líneas de investigación fundamentales del querido profesor Diego López Olivares: la evaluación de los recursos como elemento fundamental del sistema turístico y de los procesos de planificación territorial del turismo (López Olivares 1998, 2014). La relevancia de los recursos como materia prima, base del desarrollo turístico, constituye un hecho remarcado en la producción científica que, consecuentemente, confiere al tratamiento de los recursos un papel central en la planificación turística. De acuerdo con este planteamiento, el texto se estructura en dos apartados básicos. En primer lugar, se realiza una serie de consideraciones teóricas sobre los recursos relacionadas con la planificación de espacios

turísticos para, a continuación, plantear un estudio de caso sobre los índices de potencialidad turística aplicados a la Montaña de Alicante. Finalmente, a modo de conclusión, se formulan reflexiones sobre el papel de los recursos en el escenario actual del turismo rural, referidas fundamentalmente al área de estudio.

El objetivo de este trabajo presenta cierta singularidad, puesto que se propone contrastar los resultados de los índices de potencialidad turística elaborados por Ivars (1996) con la situación actual del turismo rural en la Montaña de Alicante. Desde el punto de vista metodológico, se ha analizado la producción bibliográfica sobre los aspectos teóricos en torno al estudio de los recursos turísticos, el tratamiento de los recursos en la planificación de espacios rurales y los escasos trabajos sobre el turismo en el área de estudio. Asimismo, la situación turística actual se ha caracterizado a partir de las fuentes estadísticas disponibles, prácticamente limitadas a un enfoque de oferta y con un grado de desagregación manifiestamente insuficiente.

Se trata de un trabajo experimental que pretende realizar una doble valoración a la vista del desarrollo actual del turismo en el área de estudio: analizar en qué medida los índices de potencialidad constituyen una herramienta útil para la planificación y comprobar en qué medida los criterios aplicados en los índices han podido tener influencia en el desarrollo turístico posterior. Este contraste sirve de base para realizar una reflexión más general sobre el papel del análisis de los recursos en la planificación y, más específicamente, sobre la problemática de planificación y gestión de los recursos turísticos en un ámbito de desarrollo del turismo rural como es la Montaña de Alicante.

2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS SOBRE LOS RECURSOS TURÍSTICOS RELACIONADAS CON LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La investigación sobre los recursos turísticos comprende numerosos trabajos desde perspectivas muy diversas. Abundan las aproximaciones teóricas al concepto de recurso, cuya conceptualización resulta compleja, tal como evidencia el estudio de Arnandis (2019), en línea con la falta de consenso y la multitud de enfoques en el ámbito anglosajón en torno al término *atracción*, equiparable en cierto modo al de recurso (Edelheim 2015; McKercher y Prideaux 2020). Leno (1993) recoge la diferenciación de la Organización Mundial de Turismo entre patrimonio turístico, como conjunto

de potencialidades no explotadas, y recurso turístico, entendido como el patrimonio turístico utilizable que satisface una necesidad y hace posible la actividad turística gracias a la intervención humana. C. Gunn (1972), desde la perspectiva de la planificación territorial del turismo, indicó que sin recursos o atracciones turísticas no habría turismo, asimilando los recursos/atracciones al principal factor que motiva el desplazamiento de la demanda. Medio siglo después esta afirmación sigue siendo válida, aunque exige cada vez mayor número de matices en la medida en que el turismo y la movilidad en general han adquirido mayor complejidad, desde la dificultad de clasificar los viajes para visitar a familiares o amigos, por ejemplo, a la movilidad relacionada con los estilos de vida o el trabajo en remoto que ha dado lugar al fenómeno reciente de los nómadas digitales.

Lew (1987) distinguió tres perspectivas en la investigación sobre recursos turísticos: la ideográfica, basada en el valor intrínseco del recurso, aquel que le confiere singularidad y se convierte en el fundamento de clasificaciones y tipologías, generalmente descriptivas; la organizacional, que incorpora la espacialidad del recurso, mediante el concepto de escala, capacidad y de interrelaciones con otros recursos, así como la temporalidad del mismo, es decir, su uso más o menos prolongado en el tiempo; y la cognitiva, que relaciona los recursos con la percepción y las experiencias de los turistas.

La definición de la atracción turística de MacCannell (1976) como la relación entre un turista, una vista y un marcador (una información sobre la vista) evidencia la construcción social del atractivo de los recursos. Sobre esta definición, Leiper (1990) definió, desde una perspectiva estructural, el sistema de la atracción turística con tres elementos básicos: el turista, como elemento humano; un núcleo o elemento central; y un marcador o elemento informativo con presencia en el mercado de origen, el espacio de tránsito o contiguo al recurso. Este sistema ha sido ampliamente referenciado pero también criticado al considerar que los elementos del sistema no son una realidad establecida y estática, sino elementos que evolucionan y, por otra parte, el sistema no tiene en consideración el significado que los turistas otorgan a las atracciones/recursos (Edelheim 2015, Richards 2002).

La construcción social de los recursos explica la incesante multiplicación de experiencias y destinos turísticos, así como su variabilidad entre personas y/o grupos sociales y a lo largo del tiempo. En línea con la sacralización de la vista de MacCannell (1976), cuya primera fase es la separación de una vista de otras similares porque merece preservarse, el descubrimiento de nuevos lugares o experiencias turísticas no es casual, puesto que se

construye mediante estímulos diversos como la publicidad, el cine o la televisión (Urry y Larsen 2011), en una dinámica de creciente complejidad ante el impacto del contenido generado por usuarios en redes sociales y, en general, en el entorno digital.

A partir de este planteamiento, Edelheim (2015), desde una perspectiva postestructural, identifica las atracciones turísticas con narrativas. Desde este punto de vista, la atracción turística se compone de cuatro elementos: un turista, textos, historias y una fábula. Textos e historias aparecen en plural porque constituyen la información que el turista recibe y que le llevan a configurar su propia fábula, la cual puede variar con el tiempo. Esta perspectiva tiene un interesante calado teórico pero también implicaciones prácticas tanto en el análisis de los recursos como en las acciones para su valorización y difusión (muy claramente en la aplicación de técnicas interpretativas de los recursos o en la cocreación de experiencias turísticas).

La consideración del recurso turístico como narrativa enlaza con la teoría del sentido del lugar (*sense of place*) destacada por Arnandis (2018), que profundiza en la conexión emocional de las personas con los lugares. En esta conexión resulta obligado incluir a los residentes junto a los visitantes e, igualmente, también tiene una proyección aplicada en la medida en que los recursos turísticos suelen ser elementos determinantes de la singularidad de los lugares, una relación todavía escasamente investigada. En consecuencia, la narrativa aplicada a los recursos, inducida por las administraciones públicas u orgánica a través de la información generada de manera más o menos espontánea sobre los mismos, contribuye a la construcción del sentido del lugar, y también influye en el apego (*place attachment*) y la identidad del lugar (*place identity*). En este sentido, los constructos ontológicos del lugar que resulta interesante considerar para la planificación: el lugar como un conjunto de atributos visuales, como producto, como proceso, y como significado (Chen, Hall y Prayag 2021) también serían aplicables a los recursos turísticos.

Indudablemente, la existencia de recursos turísticos y su aprovechamiento constituye un factor de localización fundamental de la actividad turística y un condicionante del modelo de desarrollo turístico (Vera, López Palomeque, Marchena y Anton 2011). De ahí que el análisis y evaluación de recursos constituya un denominador común de los procesos de planificación turística (Arnandis 2018), con una clara incidencia en la gestión y el *marketing* de los destinos, por su relación directa con los productos turísticos, en la medida en que el recurso turístico se identifica con el núcleo o componente principal del producto, por lo que su análisis y adecuación resulta

fundamental para paliar la oferta espontánea de recursos que no están configurados como productos turísticos en los destinos rurales (López Olivares 2008). Así pues, el análisis de los recursos desempeña un papel primordial en la evaluación del potencial turístico, la planificación estratégica de los destinos, el desarrollo de productos, la información para los visitantes y la creación de la imagen y la identidad de los destinos.

3. LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN LA MONTAÑA DE ALICANTE: UN ANÁLISIS RETROSPECTIVO

El área de estudio comprende 41 municipios de la parte nororiental de la provincia de Alicante, integrados en cinco diferentes comarcas (Alcoià, Comtat, Marina Baixa y Alta y Alacantí), localizados en la zona de influencia de las sierras de Benicadell, Mariola, Aixortà, Serrella y Aitana, entre otras, relieves prebéticos que configuran una sucesión de sierras y valles de donde deriva la denominación de Montaña de Alicante (Matarredona e Ivars 1995). Estos 41 municipios constituían el ámbito de actuación del Programa Leader I, junto a Cocentaina y Muro d'Alcoi, descartados ambos municipios en este trabajo por un volumen de población muy superior al resto de los municipios analizados. Sobre estos municipios se calculó el índice de potencialidad turística (Ivars 1996) que se pretende contrastar con la situación turística actual, de acuerdo con una metodología utilizada en trabajos con fines similares (López Olivares 2001, Solsona 1999).

3.1. La aplicación de los índices de potencialidad turística en la Montaña de Alicante

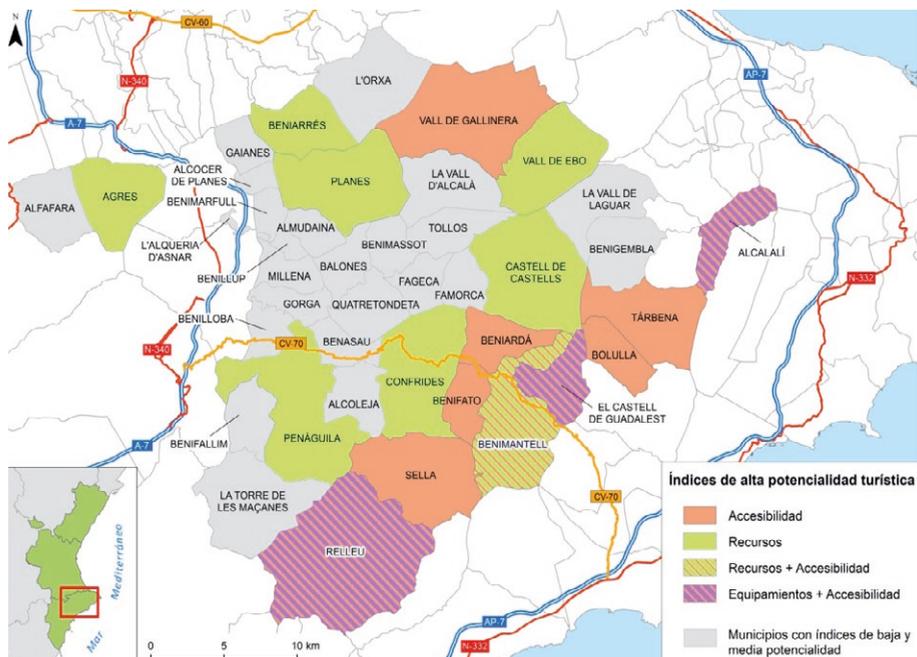
La metodología aplicada es el resultado de una adaptación del trabajo de Leno (1992) para el Canal de Castilla. En este capítulo se toman como referencia tres índices construidos a partir de los siguientes factores: recursos, accesibilidad y equipamientos. Los índices generados presentan limitaciones que deben reseñarse. En primer lugar, con carácter general, el índice tiene un valor relativo puesto que sólo compara los municipios que integran el área de estudio y no se pone en relación con otros destinos rurales.

Asimismo, se trata de índices genéricos que podrían afinarse si se analizaran segmentos de mercado específicos. En segundo lugar, la elaboración de los índices es el resultado de un trabajo individual de investigación que limita la exhaustividad del inventario, condiciona la aplicación de criterios y el grado de sofisticación de los índices y puede introducir sesgos en apartados como la ponderación de recursos donde es recomendable un trabajo colaborativo que reduzca la subjetividad de las valoraciones.

El índice de potencialidad del factor recursos se construyó mediante un inventario, realizado mediante trabajo de campo y fuentes de información diversas, y la ponderación de los recursos a partir de dos variables: capacidad de atracción (local, provincial, regional, nacional e internacional) y tipología (naturales; artísticos y monumentales; y artesanía, gastronomía y folklore). Los resultados obtenidos revelan un factor de atracción limitado en los recursos existentes, no asignándose capacidad de atracción nacional o internacional a ningún recurso.

El índice de factor accesibilidad se construyó a partir del tipo de vía que conecta el municipio (local, comarcal o nacional), la proximidad al litoral (por su condición de mercado de origen de visitantes a los municipios de interior) y a la ciudad de Alicante, en tanto que importante centro de emisión de visitantes y nodo de comunicaciones. El cálculo del índice del factor equipamientos se vió condicionado por la escasa disponibilidad de datos y las dificultades para su comparación a escala municipal, de modo que se construyó a partir del número de plazas de restaurantes, comercios y viviendas secundarias. En el momento de la elaboración del índice no existía una fuente fiable de las plazas de alojamiento comercial con desglose municipal.

Los resultados de los tres índices se muestran en el mapa 1. En primer lugar, se advierte un número elevado de municipios con baja y media potencialidad turística. Estos municipios coinciden con los municipios con peor accesibilidad, limitado tamaño poblacional, débil nivel de equipamientos y carencia de recursos turísticos singulares. Por el contrario, los índices más elevados de accesibilidad y equipamientos se concentran en el prelitoral de la Marina Baixa y algunos municipios de la Marina Alta (Alcalalí y Vall de Gallinera), con un ámbito de potencialidad destacado en el valle de Guadalest, en consonancia con la relevancia excursionista de El Castell de Guadalest y sus efectos difusores a los municipios colindantes. La mayor potencialidad del factor recursos se encuentra más distribuida y suele coincidir con municipios con un término municipal extenso que concentra recursos tanto de tipo natural como cultural.



Mapa 1. Índices de potencialidad turística municipal (1996).
Fuente: Elaboración propia

3.2. El contraste de la situación turística actual con la potencialidad turística estimada

El análisis de la situación turística actual se ve dificultado por el déficit de información estadística con desagregación municipal, sobre todo de demanda turística y excursionista. Asimismo, la fiabilidad de los datos también es una limitación a tener en cuenta, tanto los demográficos, por la dificultad de una actualización real de los padrones de población, como los turísticos, ante el complejo seguimiento de las altas y bajas del alojamiento comercial, agravado en la etapa del covid-19. La tabla 1 sintetiza los datos de población y oferta turista en el año 2021.

Tabla 1. Población y plazas de oferta turística en 2021

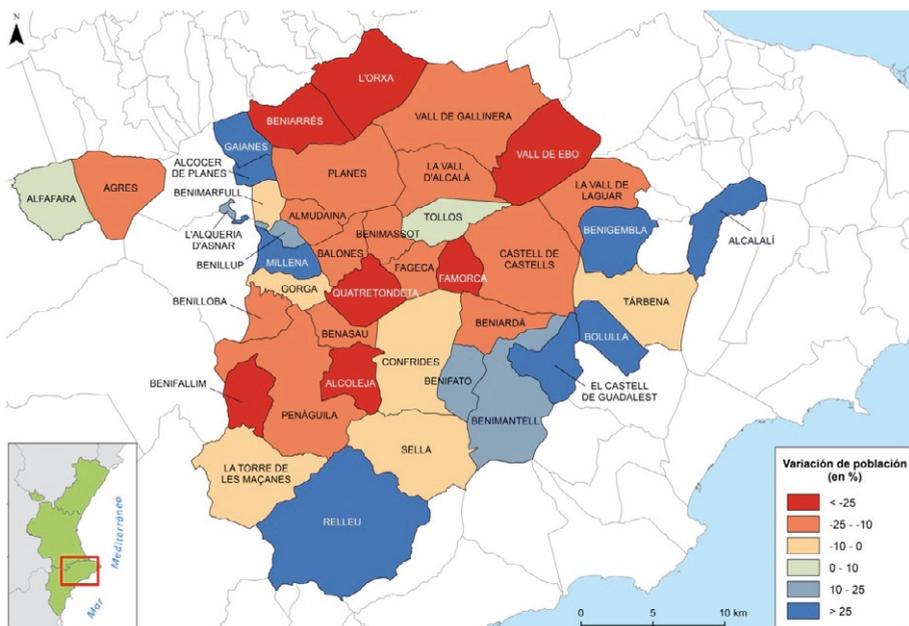
Municipio	Población	Hoteles	Aptos.	Campings	CR	Albergues	Pensiones	Total
Agres	580		26		65	99	24	214
Alcalalí	1.336	14	258		37			309
Alcoleja	181		26		53			79
Alcosser	243							
Alfafara	408		8		15	40		63
Almudaina	117		8		10			18
L'Alqueria d'Asnar	498							
Balones	134				11			11
Benasau	170				19	24		43
Beniardá	192		14		12			26
Beniarres	1.083		20					20
Benifallim	103		6					6
Benigembla	483		94		10			104
Benifato	135		8		8			16

Municipio	Población	Hoteles	Aptos.	Campings	CR	Albergues	Pensiones	Total
Benilloba	737				29			29
Benillup	101							
Benimantell	501	115	92		30			237
Benimarfull	397	22						22
Benimassot	97	17	5		14			36
Bolulla	426		45		48			93
Castell de Castells	425	40	6		20		8	74
Confrides	271	28	44		18			90
Fageca	105				8			8
Famorca	45							
Gaianes	505		32		13			45
Gorga	261							
Guadalest, El								
Castell de	243		85		37			122
Millena	242							
L'Orxa	584		8		18	30		56

Municipio	Población	Hoteles	Aptos.	Campings	CR	Albergues	Pensiones	Total
Penàguila	275	28	43		25			96
Planes	693		32		52			84
Quatretondeta	117	28			25			53
Relleu	1.173		83		59		17	159
Sella	578		58		52			110
Tàrbena	642	35	29		60			124
Tollos	37				6			6
La Torre de les Maçanes	681	27	24		65		28	144
La Vall d'Alcalà	163		6	177	28			211
La Vall d'Ebo	204		8		40			48
La Vall de Gallinera	557		32		184			216
La Vall de Laguar	843	40	18	247	104	36		445
Total	16.566	394	1.118	424	1.175	229	77	3.417

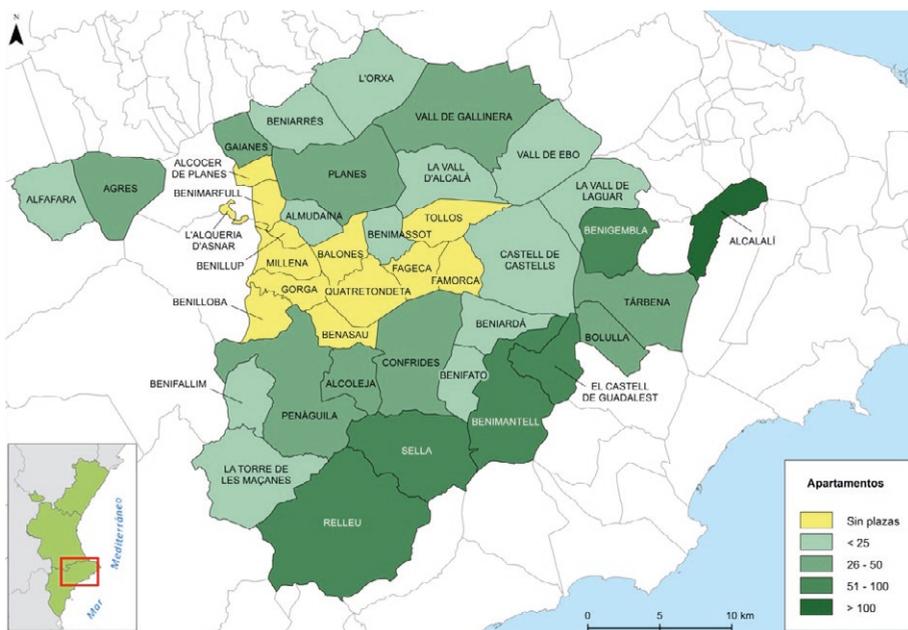
Fuente: Elaboración propia a partir de Turisme Comunitat Valenciana e Institut Valencià d'Estadística.

Con carácter previo al análisis de la oferta turística, conviene referirse a la dinámica demográfica como referencia del impacto de la actividad turística en el área de estudio, ya que la recuperación de la población en espacios rurales constituye uno de los objetivos fundamentales del desarrollo turístico. Aunque no es posible establecer una relación de causalidad con el análisis realizado se observan dinámicas demográficas dispares en el área de estudio coincidentes con la potencialidad turística otorgada a diferentes subáreas. De 1994 a 2021 la población se ha reducido en 491 habitantes (un 2,8 % de la población censada), lo que no constituye una pérdida significativa si no fuera porque existen municipios con dinámicas positivas, ubicados fundamentalmente en el prelitoral de las Marinas (Alcalalí o El Castell de Guadalest, con crecimientos superiores al 50 %) o cercanos al eje Alcoi-Cocentaina-Muro (Gaianes o Alcosser de Planes), y otros municipios con menor tamaño poblacional, en clara regresión demográfica localizados en los espacios más aislados del área de estudio (mapa II).



Mapa II. Variación municipal de la población (1994-2021).
Fuente: Elaboración propia

La oferta de alojamiento turístico, con todas las reservas mencionadas sobre su grado de fiabilidad, alcanza las 3.417 plazas, concentradas fundamentalmente en apartamentos turísticos (34,4 %) y casas rurales (32,7 %). El mapa III recoge la distribución de las plazas de apartamentos, localizadas, fundamentalmente, en los municipios turísticos más dinámicos del prelitoral de las Marinas. Esta concentración coincide básicamente con la oferta de viviendas turísticas en plataformas que, en enero de 2023, ascendían a 217 en el área de estudio (viviendas comercializadas en Airbnb y Vrbo, recogidas por el portal Airdna), destacando con más de 20 viviendas en oferta de alquiler los municipios de Benimantell (35), Alcalalí (26), Tàrbena (23), Castell de Guadalest (22) y Vall de Gallinera (21). Este tipo de oferta es indicativa de la integración de estos municipios en los circuitos de comercialización más dinámicos, pero no debe suponer un volumen de plazas adicional al recogido en la tabla I, puesto que estas viviendas deben estar catalogadas como apartamentos o casas rurales, siempre sin descartar un contingente variable de vivienda, en todos los municipios, no incluido en los registros administrativos.

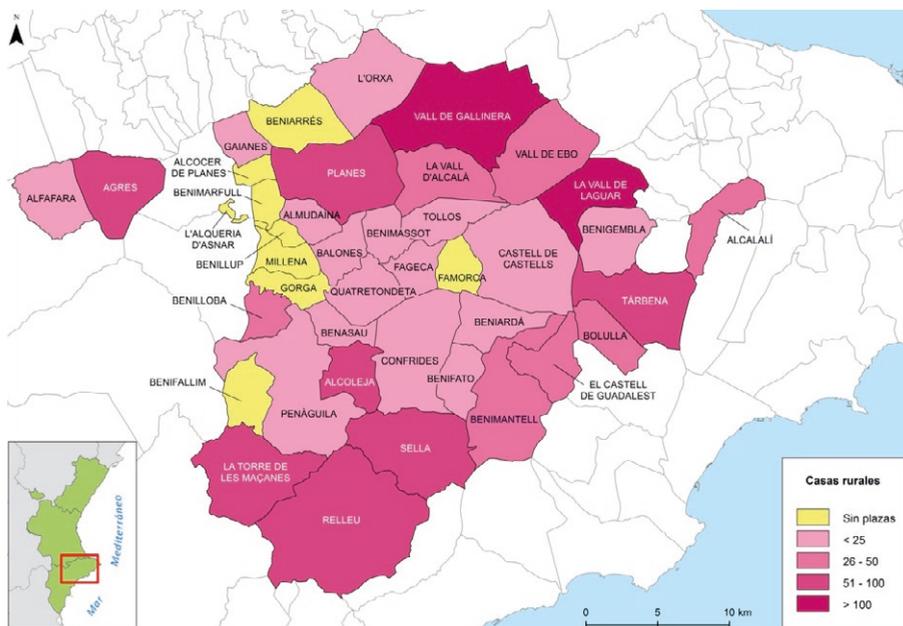


Mapa III. Distribución municipal de las plazas en apartamentos (2021).

Fuente: Elaboración propia

Frente a la distribución de los apartamentos, las casas rurales presentan como característica relevante su mayor difusión en el área de estudio (mapa iv). Sólo nueve municipios no disponen de plazas en este tipo de alojamiento. Una distribución más amplia que resulta esencial para la dinamización turística de los municipios más aislados y con menor tamaño poblacional. No obstante, la mayor concentración de plazas en casas rurales sigue produciéndose en los municipios que ya localizaban el mayor volumen de alojamiento en apartamentos turísticos, a los que se añaden otros municipios como Agres o Alcoleja y, sobre todo, los municipios que suman más plazas en casas rurales: La Vall de Gallinera (184) y La Vall de Laguar (104). No obstante, la oferta real de plazas en casas rurales constituye un volumen difícil de estimar en la medida en que los registros administrativos elevan a 1.118 plazas las existentes en el área de estudio en 2021 y las plazas estimadas por la encuesta de alojamientos de turismo rural del Instituto Nacional de Estadística (INE) para el mes de julio, el que presenta en 2021 el mayor número de plazas abiertas, es de 1702 para toda la provincia de Alicante.

Entre los otros tipos de oferta de alojamiento, destaca el reducido número de plazas en campings y en hoteles y hostales. Sólo existen dos campings, uno en La Vall d'Alcalà, creado mediante el Programa de Turismo de Interior del Gobierno regional en los años noventa y actualmente con gestión privada, y otro en La Vall de Laguar. Los establecimientos hoteleros presentan una distribución heterogénea y un tamaño y orientación de mercado desigual, que oscila entre establecimientos más tradicionales y ofertas más sofisticadas y conectadas con el mercado turístico como el hotel Alauar (La Vall de Laguar). Los albergues suponen un porcentaje escaso de la oferta total, si bien desempeñan un papel significativo para el turismo juvenil o el alojamiento de colectivos diversos mientras que el volumen de plazas en pensiones es claramente marginal.



Mapa iv. Distribución municipal de las plazas en casas rurales (2021).

Fuente: Elaboración propia

La información estadística sobre demanda a escala municipal es prácticamente inexistente por lo que cualquier aproximación a esta variable ha de derivar de estimaciones más o menos groseras. En particular, más allá del volumen de frecuentación de turistas y excursionistas, conviene destacar dos rasgos estructurales de la demanda turística indicativos del tipo de desarrollo turístico de la Montaña de Alicante: el predominio de la demanda de origen nacional (86 % de las pernoctaciones en alojamientos rurales de la provincia de Alicante en 2019) y la reducida estancia media (2,55 días en 2019), si bien la estancia media de los viajeros no residentes en España se eleva a 3,86 días, aunque, como se ha indicado, la demanda de origen internacional sólo supone el 14 % del total, tomando como referencia la información disponible para la provincia de Alicante.

Asimismo, la misma fuente otorga un grado de ocupación media por plazas del 17,44 % en la provincia de Alicante, que se incrementa al 30,46 % los fines de semana. Por otra parte, la información de Airdna para los 13 municipios que ofertan apartamentos en el área de estudio refleja un grado

de ocupación más alto con un promedio del 50 %, un porcentaje que se cita sólo con carácter ilustrativo porque resulta complejo estimar su fiabilidad. En cualquier caso, la baja ocupación media explicaría en parte el escaso desarrollo de la oferta hotelera y podría suponer un indicador de cierta sobreoferta de alojamiento, un aspecto de indudable significación para enfocar las políticas de desarrollo turístico que requeriría un análisis específico y más profundo.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN: REFLEXIONES SOBRE EL PAPEL DE LOS RECURSOS EN LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA MONTAÑA DE ALICANTE

Este trabajo se ha realizado con un doble objetivo: valorar la utilidad de los índices de potencialidad para la planificación turística e identificar los factores que han podido tener mayor influencia en el desarrollo turístico del área de estudio. En primer lugar, la utilidad de los índices de potencialidad turística parece fuera de duda, sobre todo en un contexto temporal, la década de los años noventa, favorable al desarrollo turístico de las comarcas rurales (integración del turismo en las políticas de desarrollo rural, tendencias de la demanda, política turística regional tendente a la diversificación de espacios y productos turísticos, etc.) (Ivars 2016). Sin embargo, hay que diferenciar entre la elaboración de índices con fines científicos y la práctica real de la planificación en documentos encargados por las administraciones públicas. Existe una brecha considerable entre los trabajos científicos, con mayor consistencia metodológica y contribución al conocimiento de los recursos, y los documentos de planificación técnica que, como contrapartida positiva, podrían tener un carácter más aplicado. Por ejemplo, el Plan Estratégico de la Montaña de Alicante (Ecotono 2005) realiza un inventario descriptivo de los recursos y sólo alude de manera sintética a algunos problemas asociados a la actividad recreativa y turística.

A pesar de las posibles limitaciones tanto en la metodología empleada en los índices como en la caracterización del modelo de desarrollo actual, del contraste de resultados derivan dos conclusiones básicas: por una parte, el escaso desarrollo del ámbito territorial más desfavorecido por la capacidad de atracción limitada de los recursos turísticos, reflejado en el bajo índice de potencialidad de los recursos, y, por otra parte, la mayor influencia

del factor accesibilidad y equipamientos (sin duda combinados con una capacidad de atracción de los recursos significativa) en la generación de los municipios turísticos más dinámicos, fundamentalmente del prelitoral de la Marina Alta y la Baixa. De este modo, se corrobora claramente que las debilidades estructurales del medio rural (baja densidad de población, población envejecida, carencia de infraestructuras y equipamientos o débil dinamismo de las actividades económicas) (Paül Carril y Hernández Hernández 2022) constituyen una barrera para el desarrollo turístico, muy difícil de superar si se atiende a la experiencia de la Montaña de Alicante en los últimos treinta años. Esta situación ratifica que las expectativas generadas en torno al turismo para el desarrollo rural no se han cubierto (Solsona Monzonís y López Olivares 2012; Vera Rebollo, Díez Santo y Ivars Baidal 2009), porque se han sobredimensionado sin atender a la localización territorial selectiva de la actividad turística (Ivars 2000) y se ha sobrevalorado el papel del turismo para las economías locales en entornos rurales (Hernández Hernández y Martínez Puche 2016).

En cuanto al papel de los recursos, su mera existencia no define su aprovechamiento. Bote (1988), en su investigación pionera del turismo rural en España, destacaba que el desarrollo y conservación de los recursos en espacio rural exigen un consenso entre los agentes locales para definir los objetivos, realizar las inversiones y comercializar los productos. En esta línea, la evaluación de los recursos en la planificación debe conectarse con acciones concretas para su adecuación al uso y la configuración de productos y experiencias turísticas. En la década de los noventa se reconocía la importancia para el turismo rural de la estructuración de productos y creación de experiencias a partir de los recursos en publicaciones oficiales (Secretaría General de Turismo 1994), pero la inversión, favorecida inicialmente por fondos de la iniciativa Leader I, además de otros incentivos derivados de las políticas turísticas regionales, se canalizaba de manera prioritaria hacia la creación de oferta de alojamiento, una línea de inversión que también tenía su lógica ante el déficit de plazas existente. Resulta sintomático el elevado porcentaje de inversión en turismo rural del Grupo de Acción Local (GAL) de la Montaña de Alicante: 81,5 %, que se redujo en el Leader II, con un ámbito de actuación distinto (GAL Aitana), al 21,5 % y se incrementó ligeramente en el Leader Plus (GAL Aitana): 24,3 %, en un programa que ya contemplaba un máximo de inversión por línea del 30 % (Tirado 2017).

En la evolución de la inversión en turismo de los programas de desarrollo rural, Tirado (2017) advierte del predominio inicial de la inversión en oferta

de alojamiento, que ha podido provocar situaciones de sobreoferta, y un cambio de tendencia en el último periodo (2007-2013) hacia la creación de productos turísticos, fundamentalmente auspiciados por organismos públicos, con un déficit de colaboración público-privada, escasas iniciativas de carácter supramunicipal, débil conexión con actividades tradicionales como la agricultura y predominio de eventos temporales (ferias, jornadas gastronómicas, etc.) y de actividades en torno al turismo deportivo y de aventura. El mayor énfasis en la configuración de producto es una línea de trabajo fundamental para la dinamización turística y la mejora de su retorno económico y social (López Olivares y Ferreres Bonfill 2017, Ivars 2016).

Iniciativas como *Creaturisme*, impulsada por *Turisme Comunitat Valenciana*, para la creación de productos altamente especializados y de base experiencial presenta un indudable interés, si bien el número de experiencias radicadas en el área de estudio en el catálogo de 2023 es muy reducido y se ciñe a iniciativas innovadoras de empresas concretas en El Castell de Guadalest y Relleu, vinculadas al enoturismo, bienestar y oleoturismo. En el municipio de Relleu también sobresale la adecuación a la visita del pantano, una muestra de las posibilidades que se derivan de actuaciones innovadoras e imaginativas para el aprovechamiento de los recursos. Este interesante patrimonio hidráulico pasó del abandono al olvido y a un preocupante proceso de degradación sintetizado en el estudio de Giménez Font (2020). Esta dinámica se ha interrumpido con la instalación de una pasarela de madera en la presa del pantano que permite recorrer un tramo del estrecho del río Amadorio hasta un mirador con suelo de cristal. Este recurso atrae a un número elevado de visitantes al municipio hasta el punto que existe una plataforma online para la compra de entradas y se asignan franjas horarias de acceso a la pasarela cada quince minutos. Esta intervención, exitosa en número de visitantes, ha generado nuevas necesidades de planificación y gestión en el municipio a la vez que plantea el reto de compatibilizar la afluencia de visitantes con la preservación de los valores naturales y culturales de este embalse histórico.

En otro plano, la *Agenda Valenciana Antidespoblamiento* ha promovido la Ruta 99, una iniciativa para fomentar la visita de los 24 pueblos con menos de 100 habitantes y mayor riesgo de despoblación de la *Comunitat Valenciana*, una propuesta que incluye una web, aplicación móvil y el recurso a la gamificación a través de gincanas digitales. Esta iniciativa se inspira en la conocida Ruta 66 que une Chicago y Los Ángeles por lo que parece desconectada de las directrices básicas de actuación sobre los recursos y desarrollo de producto turístico por dos motivos fundamentales: el reclamo no se fundamenta en los

valores propios del patrimonio local (más allá de utilizar temas culturales y/o históricos en las gincanas) y promueve la visita de los municipios con una estructura receptiva más débil desde el punto de vista del alojamiento y la restauración, con lo que el impacto económico local resulta forzosamente reducido. Los cuatro municipios del área de estudio incluidos en la ruta (Benillup, Benimassot, Famorca y Tollos) suman sólo 42 plazas de alojamiento.

La Ruta 99 ejemplifica el desarrollo de iniciativas aisladas impulsadas por administraciones diversas que se fundamentan en las expectativas generadas en torno al turismo rural y que, entre otros objetivos, pretenden promocionar los municipios rurales. La promoción de los destinos rurales ha adolecido de políticas poco ambiciosas y, en general, circunscritas a las demarcaciones administrativas, con la excepción, si cabe, del enfoque de productos/experiencias más reciente. En el caso de la Montaña de Alicante, no se ha profundizado en la relación de los recursos turísticos con la singularidad y la imagen del territorio para configurar una marca turística atractiva, basada en los valores históricos, culturales y ambientales del territorio, en la línea de la conceptualización de los recursos turísticos como narrativa y con todas las posibilidades que ofrece la interacción de los entornos físicos con los digitales y la cocreación de experiencias con un papel más activo del visitante. La adecuación física de los recursos resulta imprescindible pero debe complementarse con un mayor desarrollo y sofisticación de las narrativas territoriales y turísticas a partir de un mejor conocimiento de la demanda actual y potencial, otro ámbito imprescindible para la gestión de los recursos que requiere una mejora considerable ante la escasez de datos de demanda en el área de estudio.

La naturaleza de los recursos turísticos en espacios rurales, claramente vinculados al patrimonio ambiental y cultural, supera el ámbito de competencias de la política turística y obliga a mecanismos de coordinación efectivos, idealmente a partir de una estrategia territorial y turística compartida, una estrategia que actualmente no existe ante la adscripción variable de los municipios considerados a planes, programas e iniciativas públicas, y el escaso desarrollo de los planes a escala supramunicipal, a pesar del reconocimiento del Plan de Espacios Turísticos en la Ley 15/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana. Esta Ley contiene una clasificación de los recursos turísticos de primer orden aplicable a la figura del municipio turístico basada en la siguiente tipología:

- Fiestas declaradas de interés turístico
- Acontecimientos deportivos con proyección nacional e internacional

- Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana
- Paisajes agrarios e industriales
- Aguas termales y balnearios
- Bienes declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad, por la UNESCO y Bienes del Patrimonio Cultural Valenciano
- Espacios naturales y territoriales protegidos

De acuerdo con esta clasificación, la compilación de recursos territoriales turísticos valencianos realizada por la Universitat de València (Hermosilla, 2020) constituye una buena referencia para identificar los recursos básicos para la creación de una oferta turística atractiva y diferenciada en la Montaña de Alicante, con la colaboración supramunicipal y público-privada como premisas básicas. En primer lugar, destaca el patrimonio ambiental: fundamentalmente, el parque natural de la sierra de Mariola; el paisaje protegido del Serpis; los paisajes de relevancia regional del valle de Guadalest y las sierras de Aitana, Serrella y Aixortà, así como las depresiones y sierras desde La Vall de Gallinera a Castells de Castells. En clara relación con estos espacios se hallan los paisajes agrarios relacionados con el cultivo del almendro, cerezo y olivo, y una densa red de senderos oficiales. En segundo lugar, abundan los recursos culturales declarados bienes de interés cultural (BIC) o bienes de relevancia local (BRL) relativos a arquitectura civil, militar y religiosa de diversos periodos históricos, además de las manifestaciones del arte rupestre de la península ibérica, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Además, cabe la posibilidad de potenciar la oferta gastronómica mediante eventos específicos como los que ya se celebran en Relleu o Tárbeno o plantear competiciones deportivas con proyección nacional o internacional a partir de las experiencias de turismo activo que ya se desarrollan en este ámbito territorial.

Las actuaciones sobre estos recursos conciernen, como mínimo, a las políticas de medio ambiente, cultura, ordenación del territorio y urbanismo, desarrollo rural y turismo. Las necesidades de inversión y gestión son diversas pero no cabe pensar que estos recursos son aprovechables con una mínima transformación puesto que si no existe una planificación adecuada no se lograrán experiencias turísticas atractivas en el mercado turístico y los recursos podrán verse sometidos a una presión excesiva, como la que se produce en puentes y fines de semana en determinados lugares, muy visible en el periodo de mayor impacto de la covid-19 como consecuencia del incremento de las visitas de proximidad. Asimismo, las actuaciones sobre los recursos deben

compatibilizar un enfoque de producto/experiencia innovador con la potenciación de los valores naturales y culturales que confieren singularidad a los destinos y la involucración, en la medida de lo posible, de la sociedad local.

Por último, concurren diversos factores para repensar los métodos y técnicas de análisis y evaluación de recursos turísticos. Conviene evolucionar desde las evaluaciones puntuales hacia inventarios dinámicos, en colaboración con los agentes del territorio y desde una perspectiva de colaboración supramunicipal, con información geolocalizada que aproveche las posibilidades de las infraestructuras de datos espaciales (la Infraestructura de Datos Espaciales Valenciana es un buen referente a este respecto: <https://idev.gva.es/va/>). Además, la tecnología permite la monitorización del estado de los recursos y su evolución, así como analizar los flujos de visitantes, con la finalidad de optimizar la conservación del patrimonio y la experiencia de la demanda. Sin embargo, este enfoque de gestión de los recursos, conectado con el modelo de destino turístico inteligente, todavía es una quimera ante la actual situación de la información turística en el área de estudio.

REFERENCIAS

- Arnandis-i-Agramunt, Rubén. 2018. «Una revisión a la planificación de los recursos: sobre los enfoques de evaluación y los modelos de adaptación al uso turístico». *Investigaciones Turísticas* 15:168-197.
- . 2019. «¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la Academia». *Cuadernos de Turismo* 43: 39-68.
- Bote Gómez, Venancio. 1988. *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid: Popular S. A.
- Chen, Ning, Michael Hall y Girish Prayag. 2021. *Sense of place and place attachment in tourism*. Londres: Routledge.
- Ecotono. 2005. «Análisis Territorial y Turístico. Plan Estratégico de la Montaña de Alicante». Valencia: Conselleria de Turisme, Generalitat Valenciana.
- Edelheim, Johan. 2015. *Tourism Attractions. From Object to Narrative*. Bristol: Channel View.
- Giménez Font, Pablo. 2020. *La muralla i el lluent. El pantà de Rellu i el regadiu històric de la Vila Joiosa*. Alacant: Universitat d'Alacant.

- Gunn, Clarence. 1972. *Vacationscape: Developing tourist areas*. Austin: University of Texas.
- Hermosilla Pla, Jorge (dir.). 2020. *Recursos territoriales turísticos valencianos. Criterios de selección y clasificación de recursos*. Valencia: Universitat de València y Turisme Comunitat Valenciana.
- Hernández Hernández, María y Antonio Martínez Puche. 2016. «El turismo en el medio rural alicantino». *Canelobre* 66: 134-145.
- Ivars Baidal, Josep Antoni. 1996. Análisis del potencial desarrollo turístico integrado de la Montaña de Alicante. Alicante: Memoria de Licenciatura inédita.
- . 2000. «Turismo en espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades». *Investigaciones Geográficas* 23: 59-88.
- . 2016. «El turismo rural en España: ¿de la ilusión al desencanto?». En *Libro Jubilar en Homenaje al profesor Antonio Gil Olcina*, VV. AA. Alicante: Instituto Interuniversitario de Geografía, 1347-1362.
- Leiper, Neil. 1990. «Tourist attraction systems». *Annals of Tourism Research* 17(3): 367-384.
- Leno Cerro, Francisco. 1992. «La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla». *Estudios Turísticos* 116: 49-85.
- . 1993. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Lew, Alan. 1987. «A framework of tourist attraction research». *Annals of Tourism Research* 14(4): 553-575.
- López Olivares, Diego. 1998. *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos: estudio práctico de un espacio de «desarrollo turístico incipiente»*. *El Alto Palancia (Castellón)*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- . 2001. «La evaluación de los recursos territoriales turísticos de las comarcas del interior castellonense (Comunidad Valenciana)». *Investigaciones Geográficas* 25: 137-157.
- . 2008. «Factores de localización espacial del turismo rural», en *El turismo rural*, ed. Juan I. Pulido. Madrid: Síntesis, 159-184.
- . 2014. *Los recursos turísticos: Evaluación, ordenación y planificación turística: Estudio de casos*. Valencia: Tirant Humanidades.
- López Olivares, Diego y Juan Bautista Ferreres Bonfill. 2017. «Claves para la puesta en valor de los recursos turísticos». En *Las claves del turismo en la Comunitat Valenciana. Orientaciones para la toma de decisiones*,

- coord. María Dolores Pitarch Garrido, Tomás Félix González Cruz y Jorge Hermosilla Pla. Valencia: Tirant Humanidades.
- MacCannell, Dean. 1976. *The tourist: A new theory of the leisure class*. Nueva York: Schocken Books.
- Matarredona Coll, Enrique e Ivars Baidal, Josep Antoni. 1995. «El turismo rural: una alternativa para el desarrollo integrado de los municipios rurales de la Montaña alicantina». *Investigaciones Geográficas* 14: 59-76.
- Mckercher, Bob y Bruce Prideaux. 2020. *Tourism theories, concepts and models*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Paül Carril, Valerià y María Hernández Hernández. 2022. «Ordenación del espacio rural». En *Ordenación del territorio y medio ambiente*, eds. Joaquín Farinós y Jorge Olcina. Valencia: Tirant Humanidades.
- Richards, Greg. 2002. «Tourism attraction systems. Exploring Cultural Behavior». *Annals of Tourism Research* 29(4): 1048-1064.
- Secretaría General de Turismo. 1994. *Manual del planificador del turismo rural*. Madrid: Ministerio de Comercio y Turismo.
- Solsona Monzonís, Javier. 1999. *El turismo rural en la Comunidad Valenciana: Análisis y planificación. Aplicación al Alto Mijares*. Castelló de la Plana: Sociedad Castellonense de Cultura.
- Solsona Monzonís, Javier y Diego López Olivares. 2012. «Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la Comunitat Valenciana». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 59: 221-244.
- Tirado Ballesteros, Juan Gabriel. 2017. «Análisis de los programas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (1991-2013). Lectura de los proyectos turísticos». *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* 22: 89-118.
- Urry, John y Jonas Larsen. 2011. *The Tourist Gaze 3.0*. Londres: Sage.
- Vera Rebollo, J. Fernando, Daniel Díez Santo y Josep A. Ivars Baidal. 2009. «El turismo interior en la Comunitat Valenciana: la percepción desde las entidades municipales y asociaciones turísticas». *Serie Geográfica* 15: 27-38.
- Vera Rebollo, José Fernando (coord.), Francisco López Palomeque, Manuel Marchena Gómez, y Salvador Anton Clavé. 2011. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

EL TURISMO COMO ELEMENTO CLAVE EN LA DINAMIZACIÓN DE LAS ZONAS RURALES

ROSA MARÍA RODRÍGUEZ ARTOLA

RAFAEL LAPIEDRA ALCAMÍ

Universitat Jaume I

Palabras clave: Turismo, despoblación, dinamización, sostenibilidad.

Keywords: Tourism, depopulation, dynamization, sustainability.

1. EL DESAFÍO DE LA DESPOBLACIÓN EN ZONAS RURALES

Uno de los principales desafíos del reto demográfico en nuestro país es la despoblación. De hecho, en España, se ha venido produciendo un proceso de despoblación en un contexto generalizado de crecimiento demográfico del país. Es decir, tal y como indican los datos del INE y también del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en los últimos 20 años, la población ha crecido y, sin embargo, más del 60 % de los municipios españoles han perdido población.

El término despoblación hace referencia al proceso por el cual una determinada área geográfica pierde población debido a una combinación de factores de diversa índole y que conlleva importantes consecuencias tanto de carácter económico como social, cultural y/o medioambiental para dicha área. Por ejemplo, en términos económicos, la despoblación puede llevar a la pérdida de empleos y al cierre de empresas, lo que a su vez puede afectar negativamente a la economía local. O, en términos sociales, la despoblación

puede aumentar la soledad y el aislamiento de las personas mayores que viven en estas zonas, y puede dificultar el acceso a servicios básicos como la atención médica o el transporte público.

En cuanto a los factores que conducen a este proceso de despoblación, en España, la emigración de los jóvenes hacia las ciudades y el envejecimiento de la población han sido dos de los factores clave en zonas rurales y pequeñas ciudades. De hecho, los territorios más afectados por la despoblación son también los más envejecidos.

En este sentido, debemos tener en cuenta que alrededor del 20 % de la población residente en España son personas mayores de 64 años. Las personas de 65 o más han aumentado cerca de un 30 % desde el año 2001. Obviamente, este hecho está directamente asociado a que España cuenta con la mayor esperanza de vida de la UE (83,6 años). El aumento de la longevidad sitúa el índice de envejecimiento en 1,23 mayores de 64 años por cada menor de 16 años en 2019, lo que supone un aumento de casi 20 puntos en la última década.

En las zonas rurales, el porcentaje de habitantes mayores de 64 años es aún mayor llegando a alcanzar una cifra alrededor del 25 % de la población. Es más, un tercio de los municipios españoles (cerca de 3.000 municipios), todos ellos ubicados en zonas rurales, indican que al menos un tercio de sus residentes supera los 65 años.

No obstante, a pesar de estas dificultades, la despoblación también puede presentar oportunidades. Y es en este punto donde radica lo que se propone en este trabajo. Muchas zonas rurales, pese a las debilidades ya comentadas, tienen un gran potencial de desarrollo. Según Paco Boya, secretario general del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico: «Se trata de un desafío apasionante. Un reto de todos que debemos compartir. Es el momento de repensar y reinventar aquellos territorios más afectados por la despoblación para volver a darles valor y dotarles de nuevas fortalezas».

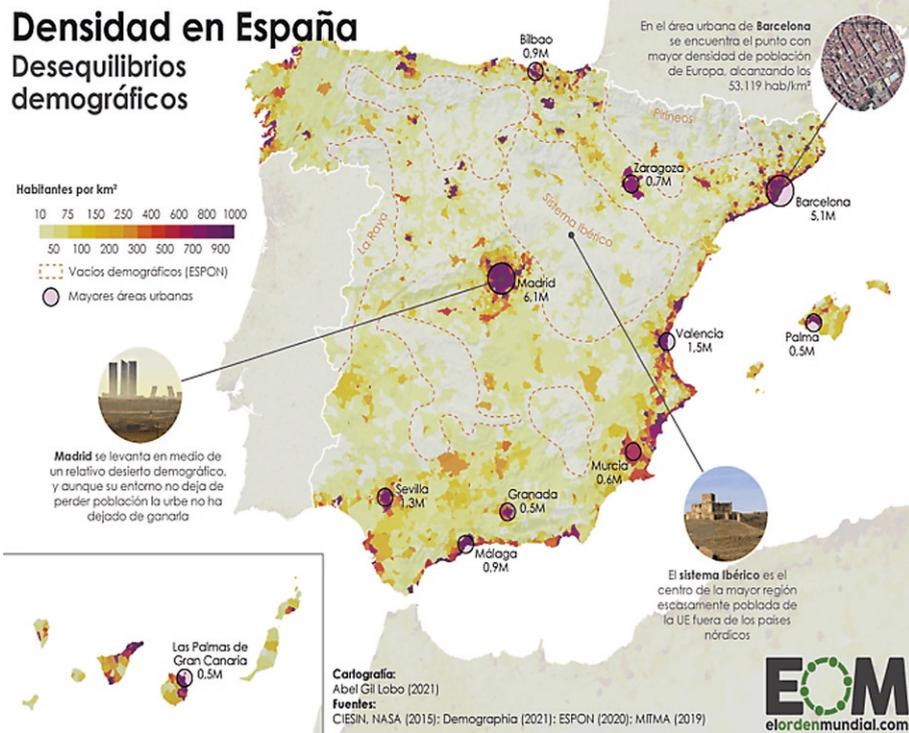


Figura 1. Densidad en España. Desequilibrios demográficos.

Fuente: elordenmundial.com

La cohesión territorial y con ella la sostenibilidad ambiental y la habitabilidad humana se entienden, pues, como prioridades y oportunidades dentro de un nuevo modelo de país. Como ya se ha señalado, el análisis del modelo territorial en España pone de manifiesto la existencia de dos procesos contrapuestos, uno de concentración de población y actividades en un número cada vez más reducido de áreas urbanas y otro de declive o estancamiento de la mayor parte de nuestro territorio, especialmente de nuestras áreas rurales. Este desequilibrio representa un grave problema por la desigualdad que genera entre territorios y personas, y también por su insostenibilidad medioambiental, económico y social. Por ello, se deben dar respuestas con las que poder convertir los territorios rurales despoblados considerados como «territorios-problema» en «territorios-oportunidad». Y el turismo puede ser una de esas respuestas.



Figura 2. Ejes de acción del plan de medidas ante el reto demográfico.
Fuente: miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/

En este sentido, debemos señalar que existe un plan a nivel nacional donde se aborda el reto demográfico de manera transversal. (https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/plan_recuperacion_130_medidas_tcm30-524369.pdf). El principal objetivo del mismo es transformar los territorios en espacios de oportunidad, de desarrollo social y económico, donde se aprovechen los recursos locales a través de

la generación de actividad económica, el fomento del emprendimiento y el aprovechamiento del talento asociado al entorno. Y todo ello, a través de un modelo territorial sostenible que responda a los retos a los que se enfrenta nuestra sociedad. Para ello, se han establecido 130 medidas agrupadas en 10 ejes de acción, uno de los cuales es el impulso del turismo sostenible.

2. EL TURISMO COMO ELEMENTO GENERADOR DE OPORTUNIDADES

Así pues, si el objetivo es crear oportunidades que permitan activar económicamente un territorio y asentar la población, el turismo SÍ puede ser una de esas oportunidades, tal y como se señala en el plan de medidas ante el reto demográfico, pues es considerado en muchos territorios del mundo como motor económico y social que puede contribuir al desarrollo sostenible de los mismos (<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>).

En primer lugar, porque la actividad turística puede ser un generador de riqueza para los territorios que la acogen (Kotler, Gertner, Rein y Haider 2007). El turismo puede dinamizar la economía local y regional, fomentando la creación de empleo y la inversión en infraestructuras y servicios. Además, puede favorecer el desarrollo de otros sectores económicos como el comercio, la agricultura o la artesanía.

En segundo lugar, puede mejorar la calidad de vida de las personas que viven en el territorio. La llegada de turistas puede llevar a cabo una mejora de la oferta de servicios y la creación de nuevos empleos. Asimismo, el turismo puede generar una mayor oferta cultural, de ocio y deportiva, lo que contribuye a la diversificación de la oferta de actividades de las comunidades locales.

En tercer lugar, el turismo puede frenar la despoblación del medio rural y su consiguiente deterioro. En muchas zonas rurales, la actividad turística puede convertirse en una alternativa económica viable para las comunidades locales, lo que puede contribuir a retener a los jóvenes en el territorio y evitar el éxodo rural.

Por último, el turismo puede ser un incentivo y, por tanto, fuente de financiación para la rehabilitación y recuperación del patrimonio cultural, ya que puede ser una herramienta para promover su conocimiento y valoración. Y también para la conservación y protección del medio natural.

Pero ¿cómo debemos hacerlo para hacerlo bien y conseguir generar esas oportunidades?, ¿cómo debemos desarrollar esa actividad turística para que consiga dinamizar un territorio?

Lo primero que debemos tener claro es que cada territorio es único, pues cada uno tiene su propia singularidad y autenticidad. Es decir, su historia, valores, costumbres y tradiciones, paisajes... Por tanto, cada destino debe desarrollar su propio camino y por ello, antes que nada, debe reflexionar acerca de lo que quiere ser como destino. En esta tarea, puede tratar de identificar buenas prácticas que se estén implementando en otros destinos, pero hay que insistir en la idea de que la hoja de ruta es propia del destino y, por tanto, todas estas iniciativas podrán ser adoptadas, pero siempre tendrán que ser adaptadas.

Además, esta hoja de ruta debe contar con mecanismos que le permitan ser más resiliente, flexible. Es decir, con los que pueda adaptarse en todo momento a las condiciones cambiantes del entorno. Y debe estar en consonancia con lo que debe ser un turismo sostenible, inclusivo, responsable y solidario, alineado con los ODS y ahora también, tras lo aprendido con la pandemia, con un turismo más seguro y saludable.

Por último, y puesto que hoy no tendría sentido que fuera de otra forma, esta visión estratégica de lo que se quiere ser debe estar en todo momento orientada hacia el mercado. Conocer al turista que nos visita es fundamental para poder ofrecerle una experiencia personalizada y adaptada a sus necesidades. Para ello, es importante llevar a cabo investigaciones que nos permitan responder a preguntas como ¿Quién nos visita? ¿Por qué nos visita? ¿Para qué nos visita? ¿Cómo nos visita? ¿Cuánto y cuándo nos visita?, etc.

Las respuestas a todas estas preguntas nos permitirán diseñar estrategias adecuadas para atraer al tipo de turista que queremos que nos visite. Es importante tener en cuenta que no todos los turistas son iguales y que, por tanto, no todos buscan lo mismo. Algunos turistas buscan descanso y tranquilidad, mientras que otros buscan actividades y entretenimiento.

Por ello, es fundamental identificar cuál es nuestro perfil de turista ideal y, a partir de ahí, diseñar una oferta turística atractiva y adaptada a sus necesidades, lo que a su vez contribuirá a mejorar su satisfacción y fidelización, generando así un impacto positivo en la economía local y en la promoción del destino.

En este sentido, también puede ser muy interesante la participación del turista en procesos de cocreación de producto, para así poder conocer de primera mano sus preferencias y diseñar una oferta turística más atractiva y,

por tanto, que le satisfaga más. La cocreación consiste en involucrar al turista en la creación de productos y servicios turísticos, de manera que se sienta partícipe del proceso y le permita disfrutar de una experiencia más personalizada y acorde a sus necesidades. Además, su participación también puede resultar muy valiosa, pues contribuye a mejorar la calidad de los servicios turísticos y a fomentar la innovación en el sector, ya que puede permitir identificar áreas de mejora y nuevas oportunidades de negocio.

3. CLAVES PARA CONVERTIR UN TERRITORIO EN UN DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO

Cuando tenemos claro lo que queremos ser, debemos proceder al diseño de las iniciativas que nos permitan dinamizar el territorio para convertirlo en un destino turístico sostenible y al mismo tiempo, competitivo. Pero para ello, es necesario que tengamos presente una serie de elementos clave que van a actuar de forma transversal a todas nuestras iniciativas, actuando, por tanto, como ejes estratégicos sobre los cuales asentar estas futuras actuaciones y que se intuyen como ingredientes esenciales para completar esta receta de éxito. Estas claves serían las siguientes.

Gobernanza

Si tenemos en cuenta lo dicho por Taleb Rifai, el que fuera secretario general de la OMT entre 2010 y 2018: «El turismo es un sector horizontal e interconectado; nuestro éxito depende de la colaboración, es decir, darnos la mano unos a otros, compartir inteligencia y compartir experiencias», entendemos fácilmente que la gobernanza se revela como uno de los ejes estratégicos sobre los que sustentar el éxito de una iniciativa en este sentido.

Lo cierto es que resulta del todo necesaria una cooperación de todos y cada uno de los diferentes actores que forman parte del sistema turístico de ese territorio. Todos deben sentirse partícipes de la definición de lo que se quiere ser como destino porque de ese modo, lo harán suyo. Debe existir pues, compromiso por parte de todos. Y también, para que el turista que

acuda al destino disfrute de esa experiencia plena, todos y cada uno de los contactos que tenga con el destino deben ser satisfactorios. Por tanto, debe haber coordinación. En este sentido, el destino debe contar con gestores públicos profesionales que tengan capacidad de análisis para una toma de decisiones correcta, así como una visión integral/global del destino, pero al mismo tiempo, capaces de fomentar y coordinar el trabajo en red de todos los agentes turísticos del destino con el fin último de que las decisiones tomadas sean aceptadas por dichos agentes y todos en el destino remen en la misma dirección. Es probable que para conseguir este objetivo se requiera de formación.

Innovación

Un requisito necesario para poder desarrollar una ventaja competitiva sostenible es la innovación. Ya hemos dicho que un territorio es algo único, pero es importante identificar dónde reside su autenticidad, sus valores endógenos y utilizar todos estos elementos para competir.

Sus atractivos deben presentarse de una manera distinta a como lo hace la competencia. Entornos competitivos de alta intensidad como los actuales imponen una constante revisión del destino que asegure el cumplimiento de las expectativas del visitante, coincidiendo con la tendencia del mercado y procurando una experiencia satisfactoria plena. En este sentido, un elemento adicional a considerar será su capacidad para sorprender. Es decir, la creatividad con la que cuente el destino para crear productos auténticos y singulares. Igualmente es fundamental la resiliencia, es decir, su capacidad para estar siempre preparado, disponiendo de mecanismos flexibles que le permitan adaptarse de forma rápida a los cambios que acontecen en cada momento.

Por otro lado, la innovación es una actitud que a través de la escucha activa del mercado es capaz de ir adaptando el destino a las tendencias. Es importante insistir en esta idea y reconocer que es una cuestión de actitud, y que cualquier alojamiento, restaurante, comercio o autónomo puede innovar perfectamente en su negocio. Y cabe recordar que la clave no está en satisfacer sino en la capacidad de sorprender al turista cada vez.

Territorio y experiencias

Otra de las cuestiones sobre las que se debe incidir es que en el diseño de productos se deberá trabajar en clave de experiencias. Las experiencias se entienden como momentos únicos que se fijan en la mente del turista para convertirse en su opción número uno de futuro o para cuando alguien le pida una recomendación. Es decir, se debe trabajar por ofrecer al turista una experiencia emocional, global, única y positiva que resulte difícil de olvidar.

Pero para ello hay que hacer un seguimiento de las necesidades del turista y conseguir que sienta que lo que estamos ofreciéndole está hecho pensando en él. Será interesante pues, contar con un sistema de inteligencia turística. Un sistema con el que podamos disponer de información de los turistas que van a visitarnos, que nos permita conocer sus preferencias y gustos para poder ofrecerles un servicio que comporte una experiencia y poder así, satisfacer plenamente sus necesidades. En este sentido, las tecnologías de la información tienen un importante papel que jugar, ya que se deberán establecer los mecanismos adecuados para recopilar y compartir información entre los diferentes actores del destino. Sólo conociéndolos en profundidad y con anterioridad a su llegada se les podrá ofrecer esa experiencia emocional única que les satisfaga plenamente.

Así pues, el destino debe trabajar por la sostenibilidad del territorio en sus tres vertientes (económica, social y medioambiental) y por buscar aquello que lo haga único (sus singularidades). Estas singularidades convertidas en productos turísticos genuinos harán que el destino cuente con una ventaja competitiva difícil de imitar y, por tanto, sostenible en el tiempo. Pero eso sí, también hay que tener en cuenta que no todos los recursos por muy genuinos y singulares que sean pueden convertirse en productos turísticos. Obviamente, deben ser viables económicamente. Es decir, cuando se diseña un producto turístico se debe complementar la singularidad de los recursos con servicios que permitan poner en valor los atractivos de un destino, y a su vez, tengan la capacidad para generar demanda aportando de esta manera riqueza a los actores participantes del destino.

Por otro lado, lo recomendable es trabajar con el objetivo de poder presentar al turista una oferta de calidad y diversificada. Tener una visión amplia del concepto de destino, que establezca mecanismos de colaboración entre los distintos responsables de la gestión de los recursos turísticos de un territorio que fomente el trabajo en red de todos ellos, como ya hemos comentado y evitando la comercialización de los recursos turísticos con los

que cuenta el destino de forma aislada. La apuesta debe residir en la creación de itinerarios turísticos que articulen los principales recursos del destino y que a su vez tengan la posibilidad de participar e integrarse en otros. Por ello, de nuevo, la cooperación se convierte en una opción estratégica necesaria para poder presentar una oferta integrada, variada y atractiva.

Una oferta que tenga además por objeto ser consecuente con los valores naturales, sociales y comunitarios del destino, y que permita, tanto a los locales como a los visitantes, disfrutar de una interacción positiva que merezca la pena para ambas partes. Además, también será importante buscar confluencias con otras industrias, por ejemplo, con la agroalimentaria, con el objetivo de conseguir sinergias. La vinculación de un producto a un territorio ofrece un valor intangible extraordinario e invita a visitar el territorio. Lo mismo sucede con la gastronomía, pues iniciativas de lo que se conoce como la gastrodiplo-macia, o simplemente descubrir la gastronomía del lugar que visitamos, se han convertido en algo clave a la hora de decidir el destino.

Por último, los gestores del destino también deben ser muy conscientes que la imagen proyectada debe ser siempre la misma en todas partes y en todo momento. Se debe trabajar por tener una imagen única y una única imagen y para conseguirlo se debe contar con una marca reconocida y potente para el destino y no simplemente un logo. Hoy en día, existen tantas posibilidades donde elegir que resulta difícil hacerse visible a ojos del mercado, y más aún si no contamos con un nombre que permita identificarnos y una serie de valores vinculados a ese nombre que permitan dotarlo de una personalidad propia con la que poder diferenciarse del resto. Esta marca dotada de personalidad permitirá asociar de forma rápida los atractivos del destino con un nombre y, por lo tanto, le otorgará un posicionamiento de privilegio. Pero, es más, al mismo tiempo se debe trabajar en un buen relato que consiga trasladar al turista esos valores enraizados en el territorio y vinculados a la marca. Hoy contar con un buen relato se ha revelado como un elemento muy importante, pues con él podemos conseguir que «nosotros, como destino, contemos historias, pero nuestros turistas las vivan (experiencias)».

Digitalización

Finalmente, es preciso dar a las TIC la importancia que tienen. Hoy más que nunca, necesitamos contar con un *smart destination*, aunque se trate de

zonas rurales. La actividad turística se encuentra sujeta a un intenso proceso de cambio derivado no sólo de los propios elementos del sistema turístico, sino también de las múltiples transformaciones que se producen por las oportunidades de acceso y gestión introducidas por las tecnologías de la información.

En este sentido, el turista se ha transformado digitalmente y ha cambiado drásticamente su forma de viajar. El crecimiento de las conexiones a internet obliga a colocar el producto turístico en el mundo digital. Es más, los turistas hoy buscan un destino con el que puedan interactuar antes, durante y después del viaje. La clave está en poder compartir en todo momento con todo el mundo pues el compartir es lo que permite que la experiencia sea plena.

Además, como hemos indicado, va a ser la información recopilada y almacenada por las tecnologías de la información la que va a permitir analizar de manera minuciosa el comportamiento de esos turistas. Las inversiones en tecnología de los destinos turísticos son, pues, las que van a contribuir a analizar los comportamientos de los turistas, a mejorar la calidad de los productos que se ofrezcan, a proporcionar una mayor interacción con los turistas, y en definitiva, a mejorar la satisfacción de los turistas en el destino.



Figura 3. Etapas del viaje. Fuente: Google

En este sentido, las tecnologías de la información pueden jugar un importante papel estratégico, y para ello su implantación debe ir acompañada de otros recursos. Entre ellos, unos profesionales con los conocimientos y habilidades adecuadas que den un uso diferencial a la tecnología. Como consecuencia, la aceptación de la tecnología por parte de las personas que gestionan un destino será esencial para el éxito de su implantación.

REFERENCIAS

- Fernández Canga, Aida. 2015. 7 tips para convertir nuestro patrimonio industrial en un producto turístico innovador. https://www.hosteltur.com/comunidad/003605_7-tips-para-para-convertir-nuestro-patrimonio-industrial-en-un-producto-turistico-innovador.html [Consulta: diciembre 2022].
- INE. 2022. <https://www.ine.es/index.htm> [Consulta: diciembre 2022].
- Kotler, Philip, David Gertner, Irving Rein y Donald Haider. 2007. *Marketing Internacional de lugares y destinos*. México: Pearson Educación.
- MITECO. 2022. <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/> [Consulta: diciembre 2022].
- MITECO. 2022. *Plan de Recuperación. 130 medidas frente al reto demográfico*. https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/plan_recuperacion_130_medidas_tcm30-524369.pdf [Consulta: diciembre 2022].
- OMT. 2022. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible> [Consulta: diciembre 2022]
- Río Arca, Minia del. 2015. *La colaboración como elemento innovador para un destino turístico competitivo*. https://www.hosteltur.com/comunidad/003649_la-colaboracion-como-elemento-innovador-para-un-destino-turistico-competitivo.html [Consulta: diciembre 2022].

DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN ESPAÑA: NOTAS SOBRE EL PAPEL DE LOS ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS EN LAS ETAPAS DE SU EVOLUCIÓN

FRANCISCO LÓPEZ PALOMEQUE

JOAN ROMERO TORRES

Universitat de Barcelona

Palabras clave: Ecoturismo, desarrollo, gestión, montaña, España.

Keywords: Ecotourism, development, management, mountain, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

Desde finales del siglo xx tanto el turismo internacional como el nacional están atravesando un constante proceso de cambios y transformaciones de diversa índole no ajeno a la sucesión, en un marco general socioeconómico y ambiental, de episodios de crisis y de escenarios inciertos. A pesar de ello, se observa un aumento del tiempo libre en la sociedad y, paralelamente, se detecta una inquietud de la población urbana por evadirse de la ciudad y contactar con la naturaleza, así como la necesidad básica de viajar y con ello vivir

experiencias de ocio fuera del entorno cotidiano. En conjunto, estas circunstancias conducen a un proceso de valorización de la naturaleza como espacio de consumo. Simultáneamente, en los últimos años se ha ido configurando una demanda turística que exige nuevas formas de consumir, alternativas al turismo convencional y enfocadas a espacios de gran valor medioambiental, que incluyen el deseo de que las experiencias posean determinados estándares de calidad, especificidad y sostenibilidad. Estas nuevas corrientes sociales de apreciación y disfrute de la naturaleza, así como las nuevas exigencias de la demanda turística encuentran en la montaña uno de sus máximos arquetipos.

En las últimas décadas, en un marco de cambios socioeconómicos de la España interior, de sus áreas rurales, las nuevas tendencias del fenómeno turístico han generado nuevos productos y destinos específicos (Viñals 1999, Sancho Comins y Vera Rebollo 2008, Vera Rebollo et al. 2013, Cànoves Valiente et al. 2017, entre otros). En este entorno geográfico el ecoturismo se ha configurado como un tipo de turismo relevante articulado en el conjunto de la oferta propia de los espacios naturales de montaña (Blanco 2006, Plaza 2008, Instituto de Turismo de España 2009, entre otros). Sin duda, al desarrollo y relevancia del ecoturismo han contribuido tanto los cambios observados en la demanda sobre los destinos de montaña (nuevas formas de consumir la naturaleza, necesidad de productos innovadores, diversificados y sostenibles) como la respuesta dinamizadora y positiva institucional y privada.

En los procesos descritos los diferentes actores han tenido un destacado protagonismo, pero con objetivos y roles distintos (Marchena Gómez, Manuel et al. 1993; Velasco 2005; entre otros). La acción pública se ha traducido en la generación de instrumentos, estrategias y normativas de planificación y fomento turístico; mientras que el sector privado ha participado en la valoración ecoturística de los recursos, por su posibilidad y potencialidad de negocio y de generación de riqueza. Fruto de estos comportamientos la montaña ha recuperado un papel destacado y se ha adaptado al nuevo escenario turístico y ambiental, en los que el ecoturismo y los criterios de sostenibilidad aparecen como ejes destacados en los objetivos y líneas de trabajo.

La participación del sector público en los procesos de desarrollo turístico de España y su rol en el conjunto del sistema turístico han sido una constante desde los inicios del turismo en el país, si bien su finalidad, medios e intensidad han variado con el paso del tiempo. El análisis de la acción pública en

turismo requiere indagar en el modelo de organización territorial del Estado –y los distintos niveles de la Administración–, en el marco competencial para cada nivel y en su desarrollo a través de las distintas políticas e instrumentos (López Palomeque et al. 2022). La actuación de la Administración pública en el desarrollo del ecoturismo en España y, en concreto, en sus áreas de montaña contempla en consecuencia acciones diseñadas e implementadas por diversos organismos desde los distintos niveles administrativos, ya sea administración turística o administración no turística.

El presente texto aborda el análisis del papel desempeñado por la Administración pública y el sector privado en el desarrollo del ecoturismo en España durante las dos últimas décadas, y comprende una síntesis de resultados obtenidos en una línea de investigación sobre el turismo en áreas de interior y de montaña, que en la última década ha sido financiada con dos proyectos de convocatoria pública del ministerio. Y, en particular, incorpora resultados de una investigación específica realizada sobre el desarrollo del ecoturismo en los destinos de montaña en España en las últimas décadas, su análisis, evaluación y prospectiva (Romero 2020). En el presente texto se aporta el estudio sobre la identificación de los actores, de sus acciones más significativas llevadas a cabo en las últimas décadas en cuanto a la ordenación y fomento del ecoturismo sobre el conjunto de territorio español y, en concreto, sobre las áreas de montaña. La valoración del proceso de desarrollo del ecoturismo y el rol de los actores permite identificar diversas etapas en su evolución, concretamente cuatro, cuyas características básicas se explican en el siguiente apartado y constituye el objetivo central de esta contribución.

2. EVOLUCIÓN Y FACTORES CLAVE EN LA GESTIÓN DEL ECOTURISMO

La consulta de la bibliografía sobre el tema y el análisis de la legislación y las normativas, así como de los programas y acciones realizadas por las administraciones y otros actores, permiten constatar un punto de inflexión en el desarrollo del ecoturismo y en su gestión pública a partir de la última década del siglo xx. Entre las referencias obligadas a los hitos que avalan la afirmación figuran la aprobación y desarrollo del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I 1992-1995 y FUTURES

II 1996-1999) y el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE) 2000-2006. Y a otro nivel diversos instrumentos de planificación de ámbito general y sobre el turismo de naturaleza, de los que cabe citar entre otros el Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza en España (2004), el Plan Estratégico del Patrimonio Natural y Biodiversidad (2011) y el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (2014).

En las páginas que siguen –con el fin de conseguir el objetivo de esta aportación– se procede a la identificación y análisis de las estructuras operativas y las dinámicas de colaboración. Por otra parte, se explican las actuaciones más relevantes de las instituciones, que permiten entender los rasgos distintivos de la gestión del ecoturismo en las últimas décadas. Y, tal como se ha anunciado en el apartado anterior, como resultado del estudio de la evolución e identificación de los factores clave del desarrollo y gestión del ecoturismo en la montaña española se diferencian en un primer nivel cuatro etapas, que son las que se utilizan a continuación para informar y explicar el proceso.

2.1. Primera etapa (1990-2004). Génesis, definición de las bases del ecoturismo y primeros acuerdos para la creación del producto de naturaleza y ecoturismo en España

El ecoturismo en España, a pesar de que ya se practicaba desde finales del siglo xx, no estaba contemplado en la agenda de política turística de ninguna de las diferentes esferas de la administración. No obstante, las primeras raíces de su ordenación y fomento se enmarcan en la década de los 90, cuando el fomento del turismo rural, gracias a la iniciativa comunitaria LEADER (1991) y el programa PRODER (1996), permitió generar y promocionar una oferta diversificada de actividades y servicios, así como concebir un volumen de empresas turísticas capacitadas y competitivas en espacios naturales. Estas acciones representaron una de las primeras vías por las cuales, unos años más tarde, se acabaría conformando el producto de naturaleza y de ecoturismo en España. Otro de los cauces más destacados en la configuración del ecoturismo como segmento institucional se enmarca en el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español de la última década del siglo xx (FUTURES I 1992-1995 y FUTURES II 1996-1999), que incorpora

los principios de la relación entre turismo y medio ambiente, situándonos así en la primera fase de origen de la creación del producto turismo de la naturaleza en España (López Pastor 2017).

En ese marco temporal y en la esfera pública se iba abriendo el camino para la creación del producto ecoturismo, mediante el fomento del «turismo rural» y el «turismo verde», pero a la vez estos conceptos y términos impedían la contemplación del propio «ecoturismo» como un segmento específico, objeto de ordenación y potenciación. Con una débil presencia institucional, tan solo se reconocía e impulsaba en los niveles más bajos de la Administración. Por ello, los proyectos y actividades ecoturísticas llevadas a cabo radicaban en las sinergias generadas entre los diferentes agentes privados y otros colectivos de carácter local ubicados en espacios naturales. Uno de los ejemplos pioneros surgió en Doñana donde, en 1999, varias empresas turísticas crearon la Asociación Comarcal de Empresas de Turismo Activo (ACETA) cuyo objetivo era diseñar, promocionar y comercializar una oferta novedosa de turismo de naturaleza y ecoturismo. Para su consecución crearon «Turismo de Doñana», la primera y única agencia de viajes en un Espacio Natural Protegido (ENP) español, especializada en turismo de naturaleza y ecoturismo y fundada y organizada esencialmente por los empresarios turísticos locales y con el soporte de diversas entidades públicas de carácter regional-local.

Es a comienzos del nuevo siglo cuando la Administración pública central y la Administración autonómica empiezan a desarrollar las primeras acciones, ahora sí, focalizadas en la generación de un producto de naturaleza y de ecoturismo. Ello se debió a la confluencia de factores diversos iniciados en los años 90 y prolongados hasta el momento: el impulso de la Administración central en materia de planificación turística y ambiental, la iniciativa del sector privado, el aporte de conocimiento desde la academia y otros colectivos sociales en la definición del ecoturismo a nivel conceptual y práctico, las nuevas tendencias de la demanda marcadas por el incremento del turismo en Espacios Naturales (EN), la influencia internacional sobre la esfera política y social para el fomento del turismo sostenible y ecoturismo a raíz de la declaración de Quebec (Cumbre Mundial del Ecoturismo en 2002), y, entre otros, la aparición y expansión de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS).

En relación con las primeras acciones focalizadas en la generación de un producto de naturaleza y de ecoturismo las más destacadas responden, por un lado, a la implementación en 2001 de la primera CETS en España donde se

inicia una colaboración entre la Federación Europarc España (FEE) y la SET/TURESPAÑA para la configuración de un producto de naturaleza sostenible y diferenciado. Un reflejo de esta tendencia se observa en 2003, año en el que se puso en marcha el portal oficial de turismo en España «spain.info», en el cual el turismo de naturaleza tenía una gran presencia a través de varios canales de contenido permanente como Grandes Rutas, la presencia de La España Verde y Pirineos, y uno específico de Naturaleza (Cano 2006).

Otro de los hitos relevantes acontecidos a finales de la presente etapa responde a la culminación en 2004 del estudio elaborado por la Secretaría de Estado de Turismo (SET) sobre la «Situación del turismo de naturaleza en España y su Plan de Impulso (PITN)», una actuación enmarcada en el PICTE 2000-2006, un instrumento que daba continuidad y un salto cualitativo a los planes FUTURES I y FUTURES II. Tanto el PITN como su estudio previo, tuvieron como eje principal de actuación al turismo activo, el cual copa el protagonismo en la mayoría de los programas y acciones propuestas, constando la escasa apuesta real en la planificación y gestión turística de nuestro país por un nuevo paradigma modelo en que el patrimonio natural y el desarrollo turístico sostenible fueran un eje central (Pulido Fernández y Pulido Fernández 2015). No obstante, para el ecoturismo representó un aporte novedoso y significativo en relación con su definición y con el conocimiento de su oferta y demanda en España, destacándose que por primera vez se contempló el ecoturismo como un segmento diferenciado dentro del turismo de naturaleza. Además, a nivel práctico, con la aplicación de la acción 11 del Plan de Impulso, orientada a «Contribuir a aumentar la implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible en ENP», favoreció y precisó el marco de colaboración entre la SET/TURESPAÑA y la FEE, tanto para la adhesión de destinos y empresas al sistema CETS como para el desarrollo de proyectos focalizados en el avance del ecoturismo.

2.2. Segunda etapa (2005-2009). Inicios de la conformación de estructuras y dinámicas para el diseño de un producto ecoturístico singular y certificado

El inicio del primer quinquenio del nuevo siglo con la puesta en marcha del Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza (PITN) marcó un punto y aparte en la gestión del ecoturismo a nivel estatal. Este instrumento, como se ha

comentado en el párrafo anterior, esbozó los primeros pasos a seguir para la conformación teórica y técnica del producto de ecoturismo en España.

En 2005, en el marco de cumplimiento del PITN y gracias a la labor asociativa entre la SET/TURESPAÑA y la FEE comentada en la etapa anterior, dan comienzo los trabajos para la adhesión de empresas turísticas ubicadas en los ENP con la CETS. Un hito que refleja la firme apuesta de la Administración central por construir un producto ecoturístico sustentado en los ENP, con herramientas contrastadas y con criterios de sostenibilidad certificados que permitan establecer un sistema de trabajo colaborativo y participado entre las diferentes esferas de la administración y los actores locales de cada destino (gestores de los ENP, empresas turísticas, Grupos de Desarrollo Rural (GDR), asociaciones turísticas y ambientales). En el mismo año, desde la SET/TURESPAÑA y teniendo el PITN como referencia, se realizó el «Estudio para el diseño piloto de paquetes de ecoturismo en espacios protegidos acreditados con la CETS». El documento aportó conocimiento técnico a las empresas turísticas para la creación y visualización de una oferta de ecoturismo singular y acreditada.

En los años siguientes, y con la culminación de la II fase de la CETS en 2007, TURESPAÑA y la FEE acordaron la implantación de la Carta en veinte ENP (2008-2010), lo que provocó un incremento notable de establecimientos con servicios certificados y diferenciados, y la formación de técnicos específicos, entre ellos los Grupos de Acción Local (GAL), en los destinos para que fueran los encargados de formar a las empresas adheridas. Así pues, durante 2008 y 2009, un total de siete ENP fueron partícipes de la II fase de la CETS. Y un año más tarde, TURESPAÑA y la Fundación Interuniversitaria Fernando González Bernáldez para los Espacios Naturales (FEE), cerraron un acuerdo de colaboración para brindar asistencia técnica a otros diez ENP con la finalidad de prolongar los trabajos de adhesión iniciados.

Los esfuerzos y los resultados logrados marcaron un punto de inflexión en cuanto al desarrollo y expansión del ecoturismo a lo largo de la geografía española, donde un cierto número de empresas ubicadas en espacios Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) empezaron a comercializar servicios y/o productos ecoturísticos certificados. Por ello, en el año 2009 se elaboró la primera guía de ecoturismo en España «Ecoturismo en España: Guía de destinos sostenibles», editada por TURESPAÑA en colaboración con la FEE. Este documento trascendente en el desarrollo del ecoturismo, en el que estuvieron presentes los siete primeros parques con CETS, así como sus empresas adheridas, fue el resultado del prolongado apoyo iniciado en el 2005 por la

Administración central a los espacios acreditados y a las empresas en ellos ubicadas. Además, representó que por primera vez apareciera en internet el término «Ecoturismo en España».

Los últimos años de la década se definen por un proceso intenso de negociaciones y acuerdos entre los principales organismos competentes en la gestión del ecoturismo en España, que se empezaría a materializar a partir de la siguiente etapa (2010-2014). Las acciones y proyectos pactados se centraron en dos líneas de gestión específicas. Una primera vía de trabajo se focalizó en concretar alianzas y avances para el diseño del Club de Ecoturismo en España (CEE), una apuesta de la SET por la metodología «club de producto» iniciada en 2008 y puesta en marcha en 2010. De manera conexa en 2009 la SET junto a la Fundación Global Nature dieron el impulso decisivo para la creación de la Asociación Empresarial Innovadora Ecoturismo Responsable en la Biosfera (AEIE TUREBE) en 2010. La segunda vía de gestión tuvo como objetivo la ampliación de los territorios en base a la inclusión de nuevas tipologías de ENP, donde se pudiera desarrollar el producto ecoturístico determinado por estándares similares a los de la CETS. Por ello, en los años finales de la presente fase se iniciaron los convenios de colaboración entre TURESPAÑA, el Consejo de Gestores de las Reservas de la Biosfera Españolas (RBE), Organismo Autónomo de Parques Nacionales (OAPN) y diversas CC. AA. para perfilar el diseño del producto ecoturístico en las RBE, y que en los años posteriores se vería finalmente implementado.

De esta forma se estaba empezando a configurar, por un lado, una red amplia de ENP con figuras de protección reconocidas como la CETS y las RBE, donde las empresas y productos ecoturísticos pudieran adherirse y comercializarse de forma distinguida con unos patrones de calidad acreditados, y para que además en un futuro pudieran incorporarse al CEE. Y, por otro lado, de forma paralela, se estaban acabando de apuntalar las estructuras y métodos de ordenación y fomento del ecoturismo, así como la definición de los actores encargados de gestionar cada parte del engranaje. Cabe resaltar que, fruto de estas sinergias y labores realizadas, en 2009 y bajo los programas LEADER y PRODER, un total de ocho GAL de tres parques nacionales (PN) con CETS (Garajonay, Doñana y Sierra Nevada) junto a TURESPAÑA, FEE y TUREBE sellaron un convenio de cooperación para llevar a cabo el proyecto «Los Parques Nacionales como destinos de turismo sostenible», el cual fue presentado el mismo año a la Red Rural Nacional (RRN), obteniendo su aprobación.

2.3. Tercera etapa (2010-2015). Formalización y aplicación de un sistema de gestión ecoturístico integral a nivel estatal para la creación, promoción y comercialización de un producto ecoturístico con métodos unificados y colaborativos

El año 2010 representa la culminación de un proceso intenso iniciado con el nuevo siglo, caracterizado por el establecimiento de sinergias y acuerdos entorno al ecoturismo entre las diferentes administraciones y los actores más influyentes en los Espacios Naturales protegidos (SET/TURESPAÑA, FEE, OAPN/ Consejo de gestores RBE, TUREBE, gestores ENP, sector empresarial, organizaciones turísticas y ambientales), que convergerían en la configuración de un sistema de gobernanza efectivo en cuanto a la planificación, comercialización y evaluación de la oferta ecoturística en España. Con este nuevo despliegue operativo, da comienzo una etapa donde el producto ecoturístico alcanza su fase máxima de consolidación.

Uno de los principales acontecimientos que explican la reciente disposición de actores y métodos encargados de la gestión del ecoturismo se da en 2010, con la creación del Club de Ecoturismo en España (CEE), gracias a la iniciativa pionera de la Asociación de Ecoturismo en España (AEE) y al trabajo previo de la SET. Su fundación se apoyó en la necesidad de poseer un ente con un método definido, basado en los requerimientos de la CETS, y que aunara a los ENP y empresas que ofrecían o quisieran ofrecer productos ecoturísticos. Representa un instrumento de gestión que con el paso de los años ha permitido generar y mantener una alianza estratégica entre los planificadores turísticos, prestadores de servicios turísticos e instituciones encargadas de la gestión de los recursos en los que se asienta el producto ecoturístico. Sin duda, el método club de producto ha significado una de las más firmes apuestas de la administración central para la estructuración y progreso del ecoturismo.

De forma simultánea a la oficialización del CEE, desde TURESPAÑA y con el soporte de SEGITTUR, se creó el canal específico de ecoturismo en el portal oficial de turismo de España, el cual promociona y comercializa la oferta incluida en los ENP y empresas adheridas a la CETS. En la misma línea, pero en este caso relacionado con la planificación del producto, en el año 2010 desde TURESPAÑA y la FEE se elabora la «Guía para la adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos».

Este documento es un manual donde se definen los mecanismos y futuras líneas de trabajo, entre ellas los siguientes pasos a dar en relación con el CEE, para la configuración de un producto ecoturístico acreditado sobre los ENP con la CETS o con criterios similares como las RBE.

Así mismo, en mayo de 2010, la AEI TUREBE quedó registrada en el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINETUR) como AEI al presentar el Plan Estratégico requerido (2010-2013), el cual se elaboró mediante un proceso colaborativo entre empresas turísticas, asociaciones de empresarios y entidades dedicadas a la innovación que compartían un rumbo común para dinamizar el ecoturismo en los ENP. El documento se basó en las siguientes líneas de gestión: investigación y avance del conocimiento sobre ecoturismo, comunicación y difusión de las RBE, cooperación público-privada, promoción y comercialización del producto ecoturístico. Así pues, la AEI TUREBE con su primer plan de actuación y en el marco de intervención del Club, paso a ser la referencia a escala nacional e internacional del producto de ecoturismo en España, impulsando experiencias innovadoras y sostenibles tanto a los empresarios como a las diferentes administraciones competentes, y promocionando y gestionando los productos y clubes relacionados con el ecoturismo en los ENP.

En el mismo año se empieza a implementar el proyecto de cooperación «Los Parques Nacionales como destinos de turismo sostenibles». Este proyecto también representa otro de los hitos más significativos en la conformación del producto ecoturístico por sus diversos logros. Por un lado, corrobora tanto la virtud de la nueva estructura de gobernanza definida a nivel estatal basada en el método club de producto, así como la necesidad de la AEI TUREBE para asumir las funciones del CEE en un futuro. En este sentido, en el marco del I Congreso de asociaciones de empresas turísticas en RBE y ENP y en la Declaración de Monfragüe, que se refrendó por una amplia mayoría (2012), TUREBE se postuló como el ente gestor del CEE. Y finalmente, en 2013, asume su gestión en pleno derecho. Por otro lado, de los acuerdos materializados en el proyecto se acabaron elaborando dos instrumentos de planificación específicos: el Plan de Marketing del Producto Ecoturismo en España y el Plan Estratégico de TUREBE 2014-2017 para su segunda renovación como AEI). Con el paso de los años estos instrumentos han supuesto dos de los ejes fundamentales que han determinado el enfoque y las acciones del CEE en el desarrollo de la creación y promoción del ecoturismo.

La rápida y constante ejecución tanto de los dos planes estratégicos de TUREBE (2010-2013/ 2014-2017) como del Plan de Marketing del Producto

Ecoturismo en España permitió la dotación de un conjunto de herramientas de utilidad para el CEE. Entre ellas, cabe destacar la creación de una marca y logo comercial del producto de ecoturismo en España, «Soy ecoturista», que vino acompañado por la creación del portal oficial y privado del CEE «soyecoturista.com» y su versión en inglés «ecotouristinspain.com».

Estos logros incrementaron la visualización del CEE y su oferta, y además permitieron avanzar y potenciar las tareas de difusión y promoción que TUREBE realizó durante esta etapa. Las acciones de marketing iniciadas en 2014 tuvieron el objetivo común de dar a conocer tanto el CEE y su oferta de ecoturismo como la visualización de la marca «Soy ecoturista». Las principales acciones fueron:

- Presencia en ferias tanto, especializadas (MadBirdFair y ObservaNaturA) como en ferias más generalistas (FITUR e INTUR).
- Aportación en foros y eventos de referencia (Congreso de la ESPARC, CONAMA, Grupo de Trabajo de la RRN, entre otros).
- Establecimiento de relaciones clientelares (mailings, bases de datos, mesas de contratación, acuerdos comerciales) con operadores nacionales e internacionales para ampliar las capacidades de promoción y venta del producto ecoturístico.
- Convenios de colaboración con otros actores implicados y de interés –SET/TURESPAÑA, SEGITTUR, OAPN, MAGRAMA, FEE, Fundación Félix Rodríguez de la Fuente– para el desarrollo y promoción del producto ecoturismo en España.
- Marketing del producto ecoturismo con presencia en webs, redes sociales y medios de comunicación.

En este momento cronológico de la tercera etapa de la evolución del desarrollo y gestión del ecoturismo cabe comentar otro hecho relevante y que tiene relación tanto con las acciones que se acaban de exponer como con los proyectos que se abordaran más adelante. Se trata de que, como resultado del trabajo colaborativo iniciado en 2009 entre TURESPAÑA, OAPN y TUREBE, los ENP con producto RBE y Geoparques fueron incluidos al CEE gracias a su adhesión formal en 2012 (alrededor de 300 establecimientos dispuestos en 5 RB de Asturias, la RB La Palma y la RB Sierra del Rincón). De forma paralela, y ratificando esta apuesta de ampliación del producto ecoturístico, en 2012 se emprendieron dos proyectos en torno a la última figura incluida, la «Red de Geoparques para el turismo» y «Geoempleo: la geodiversidad

como yacimiento de empleo». De esta forma, el producto de ecoturismo en España ya estaba presente en tres de las cuatro tipologías (espacios con CETS, RBE, geoparques) sobre las cuales se desarrolla actualmente bajo el mando del Club de Ecoturismo en España (CEE) y con los requerimientos exigidos por la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS).

Entre 2012 y 2015, bajo las líneas de acción acordadas en el Plan de Marketing del producto ecoturismo en España y el primer Plan Estratégico de TUREBE (2010-2013), con el nuevo modelo de gobernanza definido para gestionar el producto ecoturístico y con la ampliación territorial para su diseño y comercialización se empezaron a implementar diversos e innovadores proyectos de ecoturismo que reflejan un avance tanto cualitativo como cuantitativo en cuanto a la progresión del producto ecoturístico. A continuación, se enumeran los principales proyectos tanto con atribución directa como indirecta respecto a la práctica ecoturística:

- Proyecto Ecotourism Payback Experience
- Proyecto Ecotourism Smart Destinations
- Proyecto Ecotourist in Spain
- Proyecto iCairn
- Proyecto Custodia Marina y Turismo
- Proyecto A TU RITMO
- Proyecto Navegador de Senderos - Open Trail Map

Uno de los aspectos característicos de los proyectos mencionados responde al contenido tecnológico de los mismos, el cual representó un aporte innovador generando herramientas y métodos eficientes y de vanguardia respecto a la práctica ecoturística (cliente y empresario). En este sentido, y por la influencia en su participación, cabe mencionar el papel de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías (SEGITTUR), el socio tecnológico de TURESPAÑA y de la AEI TUREBE. Este agente público dependiente del MINETUR lleva aportando su labor sobre el fomento del turismo de naturaleza y la sostenibilidad turística desde inicios del nuevo siglo mediante la aplicación y desarrollo de herramientas y métodos de calidad turística y ambiental (certificación BIOSPHERE, SICTED, SCTE y INDETUR), los cuales han significado un avance cualitativo de determinados destinos turísticos españoles, a pesar de no ser acreditaciones aptas para el producto de ecoturismo. No obstante, es a partir de los inicios de la presente etapa en la que empezó a tener mayor trascendencia respecto al progreso tecnológico

del ecoturismo, a través tanto de la promoción en el canal específico de ecoturismo (2010) como en la aportación y soporte tecnológico de los proyectos mencionados anteriormente, representando así una pieza fundamental en el nuevo sistema de gobernanza para el desarrollo y fomento del ecoturismo.

De forma paralela a las acciones de promoción y creación de producto ecoturístico, en 2013 y con el cumplimiento de dos programas específicos sobre ecoturismo acordados y plasmados en el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2016 (PNIT), el OAPN y TURESPAÑA pactaron un programa formativo en las instalaciones del Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM) en Valsaín (Segovia), diseñando un Seminario permanente del CEE de carácter anual como fórmula para trabajar en su impulso de forma participada especialmente con las asociaciones de empresarios de turismo y con la AEI TUREBE, como aglutinante del sector turístico privado responsable de configurar la oferta de ecoturismo.

En la misma línea, la Federación Europarc España (FEE) en colaboración con el MAGRAMA crearon un seminario permanente de la CETS en los ENP, el cual se lleva celebrando desde 2012 en las infraestructuras dispuestas por el CENEAM. Los objetivos base de este encuentro anual responden al análisis de la aplicación de la Carta en las diferentes áreas, al fomento del conocimiento e intercambio de experiencias entre los ENP adheridos (problemáticas, sistemas y herramientas de trabajo, y propuestas implementadas), la comunicación y evaluación de los proyectos directamente relacionados con la CETS y, finalmente, la detección de canales y medios de comunicación para dinamizarla y difundirla. En todos los eventos realizados, los principales actores responsables del ecoturismo tuvieron presencia mediante el aporte de propuestas e información trascendente en el desarrollo del ecoturismo.

En 2012 desde TURESPAÑA se impulsó el I Congreso de Empresarios de Turismo de Reservas de la Biosfera y ENP celebrado en el Parque Nacional de Monfragüe. Un encuentro destinado a los diversos actores implicados en la gestión y dinamización de las RB y ENP españolas (empresarios y asociaciones de empresas turísticas en RB, ayuntamientos y mancomunidades de municipios, GAL, Gestores de los PN, colectivos dedicados a la conservación ambiental, ciudadanía en general con intereses e implicaciones) y cuyo contenido se centró en seis líneas de trabajo: *a*) Reconocimiento e implementación de prácticas e iniciativas turísticas de mayor éxito en otras RB y ENP; *b*) Detección de problemas y soluciones en la ejecución de planes de acción de turismo sostenible; *c*) Difundir y dar a conocer los sistemas voluntarios de adhesión y certificación diseñados por TURESPAÑA para implantar con las

CC. AA. y entidades locales en la Red de RBE y en los ENP acreditados con la CETS, y cómo se están aplicando para generar experiencias de ecoturismo; *d*) Favorecer un espacio de reunión entre las asociaciones de empresas ubicadas en RBE y ENP para así propiciar sinergias de trabajo comunes para incrementar la competitividad apoyada en la cooperación interterritorial; y *f*) Diseño de futuras herramientas y métodos para el progreso del turismo sostenible en los EN.

Se puede afirmar que los diferentes congresos y seminarios impulsados por los actores más relevantes en el desarrollo del ecoturismo han representado una de las iniciativas trascendentales que han favorecido su gestión. El carácter, contenido y regularidad de dichos eventos han permitido, por un lado, la difusión y generación de conocimiento tanto de los diferentes elementos y fases en la creación y promoción del producto ecoturístico como de los proyectos conexos que iban surgiendo; y, por otro lado, han favorecido la configuración y fortalecimiento de una red de actores de los diferentes ámbitos competenciales con influencia en la ordenación y fomento del ecoturismo a nivel estatal.

La mayoría de acciones realizadas en esta etapa vinieron reflejadas y apoyadas mediante la producción e implementación de diversos instrumentos de planificación generados desde la administración central (SET/TURESPAÑA), donde por un lado se volvía a contemplar la simbiosis ambiental y turística tras casi una década con la aparición del Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza (2004), y por otro lado el ecoturismo como segmento relevante dentro del sector turismo de naturaleza empezó a organizarse y dinamizarse mediante líneas de actuación específicas. Un ejemplo de ello se observa tanto en el Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2016) como en el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (2014-2020); en ambos casos se contemplan los trabajos iniciales de adhesión de la Red Natura 2000, cuya incorporación se afronta a partir de 2014, para llegar a formar parte de la 4.^a tipología de ENP con adecuación para desarrollar el producto ecoturístico. Además, en ambos planes se proyectan medidas específicas para su planificación y promoción. A nivel instrumental, cabe destacar también la creación por parte de TURESPAÑA del Plan Integral de Turismo Rural 2014, donde el ecoturismo es el segmento prioritario en la mayoría de las actuaciones propuestas.

En esta tercera etapa, y gracias a las consecutivas acciones de gestión y planificación realizadas desde los años 90, queda configurada de forma definitiva la disposición de actores, así como sus roles y competencias en

cuanto a la ordenación y fomento del ecoturismo. En el nuevo sistema de gobernanza quedan diferenciados tres grupos de actores según su grado de influencia respecto al progreso del ecoturismo. A continuación, se detallan las sinergias y acciones clave de los dos grupos más trascendentes.

En el primer escalafón de la esfera con mayor influencia, se sitúan la SET/TURESPAÑA, el MAGRAMA/OPAN, FEE y TUREBE/CEE. Este conjunto de actores ha logrado funcionar como una asociación sobre la cual se asientan los ejes del sistema de gestión territorial y sectorial que han permitido la aparición y desarrollo del producto de ecoturismo. Dentro de este tejido asociativo, la Secretaría de Estado de Turismo (SET/TURESPAÑA) se reconoce como principal impulsor de este sistema. Desde principios de siglo mediante la financiación y las labores para crear, promocionar e implantar los proyectos e instrumentos de planificación focalizados en la construcción del ecoturismo ha logrado, de forma paulatina, aunar, disponer y dar soporte al resto de actores partícipes, así como determinar y canalizar los roles de cada uno de ellos.

La segunda pieza del grupo de actores más influyente la constituye la Federación Europarc España (FEE), considerado el eje que conecta el sector público con el privado y otras entidades turísticas y ambientales en materia de planificación y acreditación del producto ecoturístico. Debido a su aporte técnico, mediante la CETS, y a su capacidad de adecuación de este sistema a las principales tipologías de ENP, ha logrado consolidar una estructura de trabajo colaborativo, inclusivo y con la sostenibilidad ambiental y la calidad turística como bases de actuación, tanto entre las diferentes esferas de la administración como con los diferentes actores influyentes en los destinos donde se desarrolla el ecoturismo.

La tercera pieza clave de la esfera con mayor trascendencia en el desarrollo del ecoturismo la conforma el Ministerio de Agricultura y el Organismo Autónomo de Parques Nacionales (MAGRAMA/OAPN). Su despliegue operativo es similar al de TURESPAÑA, pero en este caso, sus funciones y gestión se enmarcan en el ámbito territorial más que el sectorial, centrándose en la regulación normativa de los usos desarrollados en los PN españoles, así como en la financiación y aprobación de proyectos aplicados sobre dichos espacios. Sin duda, su implicación y capacidad de colaboración con el resto de los actores ha permitido, tras la aparición del producto ecoturístico en espacios CETS, el diseño y aplicación del producto RBE y geoparques, ambos incluidos en la oferta del CEE y avalados por los requerimientos similares a los de la Carta. Y como última pieza de la composición de actores con mayor influencia sobre el ecoturismo, se presenta la Asociación Empresarial

Innovadora Ecoturismo Responsable en la Biosfera (AEI TUREBE) y el Club de Ecoturismo en España (CEE). A nivel operativo, este binomio de composición público-privada representa el núcleo con capacidad de aunar y gestionar las diferentes tipologías de ENP y a sus empresarios sobre los cuales se desarrolla el producto ecoturístico, ofreciéndoles soporte informativo y técnico en cuanto a la creación y promoción de productos. Así pues, queda definida la primera línea de intervención respecto al avance del ecoturismo, de composición público-privada, coherente en el despliegue de roles y competencias, impulsora de conocimiento y sinergias en torno al producto ecoturístico, con capacidad tanto para diseñar y aplicar diferentes productos de ecoturismo específicos y certificados con unos estándares de calidad avalados a nivel europeo, así como para construir una estrategia de promoción del producto de ecoturismo, unificada, visible y con alcance internacional.

En la esfera de influencia intermedia quedan ubicados los actores que, aun con menor trascendencia en la gestión, han sido imprescindibles para el progreso del ecoturismo en España. En primer lugar, se presenta el socio tecnológico de la SET/TURESPAÑA, SEGITTUR. Su influencia radica tanto en las tareas de promoción realizadas mediante el servicio del canal de ecoturismo como por la aportación tecnológica en el diseño de proyectos relevantes sobre ecoturismo, principalmente a la AEI TUREBE. Su contribución ha facilitado el incremento de actuaciones y productos innovadores y con carácter sostenible sobre destinos de naturaleza y con aplicación ecoturística, dándole una plusvalía a las acciones materializadas por los actores más influyentes. Por otra parte, y a escala de destino, se reconoce a los gestores de los ENP (CC. AA.), y los GAL/GDR. Ambos, desde sus diferentes competencias, son los encargados de asumir y dar continuidad a las estrategias y proyectos para la comercialización del producto ecoturístico. Su tarea se ve facilitada por el sistema CETS el cual permite la conexión entre las diferentes administraciones turísticas y otras entidades, dotándoles de un marco de colaboración en cuanto al diseño y promoción del producto ecoturístico.

La tercera etapa identificada en la evolución del desarrollo y gestión del ecoturismo se cierra con la elaboración de la III fase de la CETS, la cual fue aprobada a finales de 2015 por la FEE. Ello supuso un avance para el sistema CETS con repercusión directa sobre el ecoturismo al permitir la adhesión de las agencias de viaje que, con su compromiso voluntario con el desarrollo sostenible, pueden empezar a comercializar productos acreditados con la Carta, diferenciándose del resto de oferta y aumentando tanto la visibilidad

del resto de empresas adheridas en los respectivos ENP donde se opere, como su mayor contribución con la protección y dinamismo sobre el medio local.

2.4. Cuarta etapa (2016-2020). Fortalecimiento, visualización y expansión del producto ecoturístico

Los inicios de la cuarta etapa estuvieron marcados por la incorporación de la figura de protección Red Natura 2000 a la oferta certificada del CEE, cerrándose así un ciclo donde el producto ecoturístico queda implantado en las cuatro tipologías de Espacio Natural Protegido (ENP) donde podrá comercializarse (espacios con CETS, RBE, geoparques y Red Natura 2000). Así pues, la red de oferta del CEE y de los socios de la AEE estaban implantados en 2017 en diez CC. AA. sobre 23 destinos con espacios protegidos (9 PP. NN., 15 parques naturales, 1 parque regional, 15 RB, 6 geoparques) y con 800 empresas turísticas representadas, las cuales ofrecen experiencias ecoturísticas diferenciadas y certificadas.

En 2016 se llevó a cabo la celebración del I Congreso Nacional de Ecoturismo, un encuentro que logró reunir a representantes de las diferentes administraciones públicas y del sector privado relacionados con el ecoturismo. En el congreso se debatió acerca de las mejores fórmulas para desarrollar y promover este segmento con la finalidad de crear experiencias singulares ligadas al disfrute de la naturaleza, así como promover su conocimiento y conservación. El evento concluyó con la Declaración de Daimiel, un documento de trabajo base que definía los pasos a seguir respecto a la planificación, promoción y comercialización del producto ecoturístico, y el cual ha representado un hito significativo en el desarrollo de acciones y métodos para el progreso del ecoturismo en España.

Fruto del I Congreso Nacional de Ecoturismo y de los trabajos de colaboración entre la SET/TURESPAÑA y el CEE se creó el observatorio de ecoturismo, una herramienta diseñada para analizar la repercusión social y económica de este sector, fijar el perfil de sus consumidores e identificar los indicadores que permitan conocer la oferta y la demanda existente en España. En esta iniciativa, gestionada por el CEE desde 2017 y la cual se empieza a implantar en 2018, participan las empresas de prestación de actividades de ecoturismo y los gestores de los destinos adheridos al Club.

En los primeros años de la cuarta etapa, y siguiendo tanto con el cumplimiento de los retos fijados en el II Plan Estratégico de TUREBE (2014-2017) como con las líneas definidas en el Plan de Marketing del producto de ecoturismo en España, se continuó diseñando herramientas innovadoras y competitivas para el avance y mejora del ecoturismo. Un ejemplo de ello es la puesta en marcha en 2016 del proyecto «Ecoturistas embajadores, una aplicación tecnológica para generar una comunidad activa de consumidores del producto ecoturismo en España». Esta herramienta persigue fidelizar al cliente y facilitar el consumo del producto ecoturístico mediante una aplicación que permite organizar el viaje a los ecoturistas desde su casa (el antes), cuando visiten el espacio protegido, consuman en establecimientos y centros de visitantes de los ENP (el durante), y cuando regresen a su residencia y compartan en redes sociales (el después). Además, permite indagar y atender activamente a la demanda interesada en el producto, capta socios consumidores de ecoturismo entre los turistas potenciales, los convierte en prescriptores (embajadores) para retroalimentar el consumo del producto y su promoción, crea sentimiento de afiliación, instruye a los empresarios y contribuye a la conservación de la biodiversidad.

En 2017, con la finalidad de dar respuesta a las necesidades formativas que se detectaron y manifestaron respecto al ecoturismo en su primer congreso nacional en 2016, el Club de Ecoturismo en España (CEE) inaugura la Escuela del CEE. El reto de esta iniciativa se centra tanto en la ampliación del conocimiento como en la formación de todos los sectores y actores del ecoturismo a nivel estatal (técnicos o gestores de los ENP, asociaciones y consorcios turísticos, GAL/GDR, estudiantes de disciplinas relacionadas, empresas o profesionales que ofrecen ecoturismo, nuevos emprendedores, consumidores de ecoturismo). Los cursos, tanto presenciales como *online*, comprenden un amplio abanico temático que cubre la práctica totalidad de elementos que influyen en el ecoturismo.

También en el mismo periodo, el Ministerio de Agricultura y el Organismo Autónomo de Parques Nacionales (MAGRAMA/OPAN) elaboran «La estrategia de turismo sostenible en la red española de reservas de la biosfera», un documento de diagnóstico que de forma prioritaria detecta las dificultades y oportunidades respecto a la integración de las Reservas de la Biosfera Españolas (RBE) al producto de ecoturismo en España, una necesidad que se marca como prioritaria para el incremento y mayor eficacia de la promoción y comercialización de los productos generados en esta tipología de Espacio Natural Protegido (ENP).

Durante esta cuarta etapa se dio continuidad a los principales eventos de trabajo y difusión creados en años anteriores por los actores más relevantes en el desarrollo del ecoturismo. Tanto desde el CEE y TUREBE como desde la FEE, siguieron apostando por la realización de sus respectivos seminarios permanentes, los cuales año a año tenían mayor presencia tanto de empresas como de entidades públicas y privadas implicadas en el producto ecoturístico. Por otra parte, gracias a la colaboración entre la SET, el OAPN y otras administraciones locales se organiza el I Congreso Nacional de Parques Nacionales y Turismo Sostenible (2017). Un evento donde el ecoturismo se trató desde la perspectiva local, buscando el papel e implicación de la esfera municipal para dinamizar los PP. NN. mediante el turismo sostenible y el producto ecoturístico. En el mismo año y también desde el OAPN, mediante el comité español del MaB, se organiza el II Congreso Español de Reservas de la Biosfera, donde la conexión entre las RBE y el producto de ecoturismo fue uno de los principales ejes de debate y proposición. Como últimos eventos reseñables, cabe destacar la celebración en los años 2017, 2018 y 2019 de los congresos nacionales de ecoturismo. Una cita que ha acabado convirtiéndose en anual, por decisión unánime de los diferentes organismos implicados, y cuyos contenidos, centrados en el debate, diseño y evaluación de las estrategias orientadas en la planificación y promoción del ecoturismo, han representado un activo vital para su fortalecimiento como segmento y producto, así como para su continua proyección.

En 2019, con motivo de la Birdfair, una feria que recibe entre 20.000 y 25.000 visitantes de media al año y a la cual acuden potenciales clientes especializados e interesados en la observación de aves y otros recursos naturales, y con el tratamiento y utilización de la información obtenida en las encuestas realizadas mediante el observatorio de ecoturismo, el CEE presentó su catálogo de experiencias genuinas en ecoturismo «Nature watching experiences» en el stand concedido por TURESPAÑA. Este catálogo, creado para la ocasión y con la finalidad de captar al público británico, recoge experiencias de nueve CC. AA., las cuales han sido diseñadas por las empresas turísticas y entidades adscritas a la red de destinos del CEE.

En los últimos años del quinquenio se observan diversas actuaciones y procesos específicos que reflejan una continuidad en los acuerdos, proyectos y estrategias clave generadas en las etapas previas respecto al desarrollo del ecoturismo. Se constata una evolución focalizada en la consolidación, actualización y mejora de las estructuras y elementos que definen al producto de ecoturismo en España. Entre las actuaciones específicas cabe señalar, entre

otras, las siguientes: las prolongadas labores de adhesión de la CETS y la reciente creación de su III fase; el incremento y mejora de las RBE para su adaptación a un producto de ecoturismo avalado; la incorporación de los ENP con Red Natura 2000 a la oferta del CEE; la consecuente ampliación y mejorar la red de destinos y empresas que ofrecen un ecoturismo certificado a nivel estatal y reconocido a nivel internacional; el cumplimiento de las líneas estratégicas en cuanto a la planificación y marketing; la constante producción de conocimiento respecto a los factores y elementos que constituyen el ecoturismo; o el incremento en la participación por parte de las administraciones y otros actores relevantes en su configuración del propio ecoturismo.

3. CONSIDERACIONES FINALES

Tras analizar las diferentes etapas que han configurado el producto de ecoturismo en España, se presenta a continuación una síntesis sobre la trascendencia de los organismos y de los factores clave que han permitido su impulso y desarrollo; y, posteriormente, se expone una valoración general sobre el contexto actual y los retos de futuro que debe afrontar el ecoturismo.

3.1. Organismos destacados

En primer lugar, se constata como la estructura de actores público-privados conformada para el impulso del ecoturismo en España a lo largo de las últimas dos décadas ha jugado un papel determinante para el desarrollo de este segmento turístico.

Este sistema de gobernanza estatal, emanado gracias a la coordinación entre la administración turística (MINETUR) y la ambiental (MAGRAMA), ha permitido la configuración de unos entes alineados y comprometidos con este segmento turístico para dar continuidad e implementar las estrategias propias o en colaboración con los diferentes niveles de la administración. Fruto de ello, el producto de ecoturismo en España se ha dotado de numerosas y efectivas herramientas para su creación y avance, tales como la AEI TUREBE, el CEE y la FEE (CETS). Así pues, la constante cooperación y la definición de unos objetivos comunes entre estos actores, y con el soporte y compromiso

de otros organismos y entidades interrelacionadas (SET/TURESPAÑA, OAPN, Gestores de los ENP, GAL y GDR, Asociaciones de turismo y, o ambientales) ha desembocado en la fundación e implementación de la metodología «club de producto». Mediante este sistema, la oferta ecoturística se estructura, desarrolla y certifica en base a cuatro tipologías de ENP –parques nacionales, parques naturales, Red Natura 2000 y geoparques–, un procedimiento que permite desplegar una oferta geográficamente delimitada y con rigor a nivel de diferenciación y sostenibilidad. En este sentido, el CEE brinda asistencia a sus socios y empresarios para renovar adhesiones a la CETS o al producto RB, o nuevas adhesiones. Además, les ofrece beneficios en ámbitos como la formación, la asistencia técnica, el intercambio de conocimiento, la promoción conjunta o independiente, la comercialización del producto y la representación e interlocución (a nivel nacional e internacional) tanto del producto, como de los empresarios que forman parte del Club.

Esta estructura estatal encargada de gestionar e impulsar el ecoturismo también ha jugado un papel fundamental en el incremento de su conocimiento, gracias a la organización de eventos de trabajo y difusión transversales, y a la frecuente asistencia y participación a otros círculos de debate y formulación de proyectos focalizados en el progreso del ecoturismo. De igual forma, este proceso de colaboración mantenido en el tiempo ha permitido la generación e implantación tanto de instrumentos estratégicos, así como de recursos y servicios tecnológicos, con el soporte directo de SEGITTUR, para la proyección y aplicación de productos ecoturísticos innovadores, competitivos y con la sostenibilidad ambiental como eje central.

Así pues, desde principios de la primera década del siglo XXI, con este sistema completamente estructurado y funcional, y con la definición de unos parámetros concretos para la selección de los espacios naturales objetos de intervención, el ecoturismo en España representaba ya un producto real, con capacidad de acreditación y con alcance nacional e internacional.

3.2. Valoración general

Finalmente, a modo de balance y reflexión sobre las diferentes etapas que describen el origen y recorrido del ecoturismo y su producto en España, se puede afirmar que este segmento del turismo de naturaleza ya ha completado un primer escenario en cuanto a definición de las bases y actores responsables

de su diseño iniciada con el nuevo siglo y, un segundo escenario, caracterizado por la materialización y difusión del producto ya consolidado. Sin embargo, en la actualidad, el ecoturismo se enfrenta a una nueva fase en la que se debería generar una reflexión y evaluación profundas, y con una visión transversal sobre los aspectos clave y limitantes que han influido en su desarrollo.

En este sentido, se hace necesario valorar una futura ampliación y adecuación del sistema de reconocimiento y apoyo del ecoturismo, ciertamente acotado a nivel operativo y geográfico. Para ello, y como complemento y evolución a los requerimientos de la CETS, convendría centrar los esfuerzos en la creación de métodos e instrumentos de medición y certificación que permitan la consideración, el apoyo y la acreditación de una empresa ecoturística independientemente de la postura de gestión que exista sobre un determinado destino o sobre la categoría de protección del espacio donde se ubique. Pero, siempre respetando los límites en los que este segmento tiene su mayor sentido y potencial. Esta reforma consentiría un mayor despliegue territorial del ecoturismo, sobre el que se podría diversificar su oferta, así como facilitar la generación de redes institucionales y empresariales involucradas en su desarrollo sin tantas limitaciones operativas.

Por otra parte, las administraciones competentes para el impulso del ecoturismo tendrían que redefinir algunos de sus objetivos y líneas de trabajo aplicadas hasta el momento. Para estas labores convendría generar un proceso de reflexión y debate respecto a la transversalidad turística, sectorial y territorial sobre la que se despliega el ecoturismo. Por ello se debería valorar la posibilidad de elaborar proyectos no exclusivamente comerciales en cuanto a diseño, marketing y acreditación de producto, sino actuaciones de carácter intersectorial que permitan relacionar los servicios y actividades ecoturísticas con sus elementos adyacentes, los cuales nutren a este segmento para que se pueda desarrollar de una forma eficiente y competitiva. Así pues, mediante una mayor conexión entre administraciones y entidades turísticas y ambientales, convendría proyectar e implementar actuaciones donde la práctica ecoturística se sustente de determinados recursos y actividades endógenas y tradicionales, que en una gran parte de espacios rurales y de montaña se encuentran en una posición muy débil. Además, con este binomio surgiría la posibilidad de crear y ampliar el rango de nuevas experiencias genuinas, sustentadas en los valores más característicos del territorio y que permitan recuperar, tanto al turista, como al empresario muchas de las costumbres, productos, paisajes y labores que definen y conservan los territorios.

REFERENCIAS

Bibliografía citada

- Blanco Portillo, Ricardo. 2006. «El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso». *Estudios Turísticos* 169-170: 7-38.
- Cano Fuentes, Manuel. 2006. «Las estrategias de promoción exterior del turismo deportivo y de naturaleza español por parte del Instituto de Turismo de España». *Estudios Turísticos* 169-170: 39-49.
- Cànoves Valiente, Gemma, Asunción Blanco Romero, Montserrat Villarino y Josep Maria Prat. 2017. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales*. Colección de Desarrollo Territorial, 19. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Instituto de Turismo de España. 2009. *Estudios de productos turísticos. Turismo de montaña*. Madrid: Turesspaña.
- López Palomeque, Francisco, José Fernando Vera Rebollo, Anna Torres Delgado y Josep Antoni Ivars Baidal. 2022. *El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario*. Colección de Desarrollo Territorial, 24. València: Publicacions de la Universitat de València (PUV). Enlace <https://roderic.uv.es/handle/10550/82442>.
- López Pastor, Ana Teresa. 2017. *El Club Ecoturismo en España. Apuesta institucional por el posicionamiento europeo de España como destino de naturaleza*. Recuperado el 12 de junio de 2020, <https://docplayer.es/61463464-El-club-ecoturismo-en-espana-apuesta-institucional-por-el-posicionamiento-europeo-de-espana-como-destino-de-naturaleza-ana-teresa-lopez-pastor.html>.
- Marchena Gómez, Manuel, Pedro Rosabal, Eros Salinas Chávez, Beatriz Fernández y Yamilé Dorado. 1993. «Planificación y desarrollo del ecoturismo». *Estudios Turísticos* 119-120: 39-58.
- Plaza Gutiérrez, Juan Ignacio. 2008. «Las áreas de montaña en España: Balance sobre investigación y su tratamiento en los últimos quince años». *Eria* 75: 5-25.
- Pulido Fernández, Juan Ignacio y María de la Cruz Pulido-Fernández. 2015. «¿Sigue vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente». *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural* 13(6): 1315-1335.
- Romero Torres, Joan. 2020. *El desarrollo del ecoturismo en los destinos de montaña en España (2000-2019): análisis, evaluación y prospectiva*.

- Barcelona: Facultad de Geografía e Historia. Universidad de Barcelona. Tesis doctoral (Premio Extraordinario de Doctorado).
- Sancho Comins, José y José Fernando Vera Rebollo (dirs.). 2008. *Turismo en espacios rurales y naturales. Atlas Nacional de España*. Madrid: Centro Nacional de Información Geográfica-Instituto Geográfico Nacional.
- Velasco González, María. 2005. «Administración y política turística de 1978 a 2005». *Estudios Turísticos* 163-164: 99-122.
- Vera Rebollo, José Fernando (coord.), Francisco López Palomeque, Manuel Jesús Marchena Gómez y Salvador Anton Clavé. 2013. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. València: Editorial Tirant Lo Blanch.
- Viñals Blasco, María José. 1999. *Turismo en espacios naturales y rurales*. València: Servei de Publicacions de la Universitat Politècnica de València.

Instrumentos de planificación

- Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (1992). Secretaria de Estado de Turismo y Comercio. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (1996). Secretaria de Estado de Turismo y Comercio. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006). Secretaria de Estado de Turismo y Comercio. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza en España (2004). Subdirección General de Calidad e Innovación Turística. Secretaria de Estado de Turismo
- Plan de Turismo Español Horizonte 2020 (2007). Secretaria General de Turismo. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Plan Estratégico del Patrimonio Natural y Biodiversidad (2011). Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino
- Plan Nacional e Integral de Turismo (2012). Turespaña. Secretaria de Estado de Turismo
- Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad. Un impulso al sector a escala del Estado Español (2014). Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo
- Plan Integral de Turismo Rural (2014). Turespaña. Ministerio de Industria, Energía y Turismo

ANÁLISIS DE ESPACIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS

PREFERENZE AMBIENTALI E COMPORTAMENTI DI SCELTA DEL TURISTA BALNEARE: IL CASO DI FOLLONICA

SALVATORE BIMONTE
Università di Siena

Keywords: Choice modelling, attitudini del turista, preferenze ambientali, comportamenti di scelta.

1. INTRODUZIONE

Il turismo è diffusamente considerato da più parti un potente motore di crescita e sviluppo (Sharpley 2014b). Nel 2019, prima della crisi pandemica, rappresentava il 10,3% del PIL mondiale e in esso lavorava circa 1/10 di tutti gli occupati a livello globale (WTTC 2022). Ciononostante, la crescita quantitativa e la modifica qualitativa del fenomeno turistico ha generato e genera ricadute sociali ed ambientali non sempre positive (Briassoulis 2000, UNWTO 2016, Ferreira et al. 2021). Questo ha spinto molti *policy makers* e amministrazioni, locali e non, a proporre documenti e politiche per una maggiore sostenibilità dello sviluppo turistico (per es. EC 2007).

* Il presente lavoro rappresenta una rivisitazione ragionata di una ricerca svolta nell'ambito di un progetto prin, i cui risultati erano stati pubblicati nel rapporto Punzo ed Usai (2007). Un ringraziamento particolare va a Teresa Pratelli che ha collaborato alla ricerca e all'elaborazione dei risultati, senza la quale questo lavoro non sarebbe stato possibile.

Come da molti evidenziato, la sostenibilità nel turismo, pur riproponendo molte delle questioni pratiche e teoriche tipiche della sostenibilità dello sviluppo in generale, assume caratteristiche diverse e, per certi aspetti, peculiari (Bimonte 2006, Butler 1999, Hunter 1995). Tra i principali elementi distintivi che caratterizzano e giustificano un'analisi settoriale della sostenibilità (comunque definita) nel turismo troviamo: i) la peculiarità delle risorse coinvolte (naturali, culturali, artistiche, alcune con caratteristiche pubbliche; altre, invece, rappresentano un tipico esempio di CPR) (Briassoulis 2002, Liu 2003); ii) l'incontro di almeno due comunità, quella dei turisti e quella dei residenti, al loro interno divise in popolazioni (Bimonte 2008b, Bimonte e Punzo 2016); il diverso ruolo svolto dalle comunità locali e dei turisti (Simmons 1994, Smith 1994); iii) la dimensione soggettiva dei fenomeni, che può aver ricadute sulla disponibilità a pagare (Bimonte e Punzo 2007).

Qualsiasi politica che voglia avere una qualche possibilità di successo, insieme alle caratteristiche specifiche delle destinazioni, non può che partire dalla comprensione della visione, delle attitudini, della percezione e dei comportamenti della comunità locale, così come dei turisti. Questo aspetto è molto importante anche perché la diversa percezione dei problemi e visione dello sviluppo può incidere sulla definizione degli obiettivi da perseguire, sulle modalità del loro perseguimento e sull'efficacia degli strumenti di *policy*.

Solitamente, le indagini conoscitive si soffermano solo su quelle che possono essere definite variabili oggettive, ovvero tendono a determinare i limiti (fisici, economici e sociali) entro i quali si deve sviluppare il fenomeno turistico, tralasciando gli aspetti soggettivi (Bimonte e Punzo 2007). È da questa considerazione che ha preso le mosse il presente lavoro, che aveva l'obiettivo di studiare alcuni aspetti riguardanti le preferenze dei turisti relativamente alle caratteristiche della vacanza e le attitudini riguardanti l'impatto ambientale delle stesse. L'analisi mirava anche ad evidenziare se tra scelte di comportamento e visione espressa vi fosse o meno congruenza. In altre parole, se oltre all'eventuale dichiarato interesse per la sostenibilità i turisti adottano scelte e comportamenti coerenti, cioè se sono o meno disposti a «sostenere il costo delle proprie idee». Alcuni studi rilevano che la sensibilità ambientale dei consumatori è aumentata (Deloitte 2022) e che esista una relazione tra attitudini pro-ambientali e benessere individuale (Schmitt et al. 2018). Questo, però, non necessariamente implica che sia aumentata anche la disponibilità a pagare, cioè a sostenere il costo che il cambiamento di alcune abitudini comporta. Detto altrimenti, alla disponibilità teorica a pagare non corrisponde una disponibilità reale a farlo.

Proprio per analizzare questi aspetti, si è realizzata un'indagine sui turisti, condotta nel periodo estivo a Follonica, una località balneare della Toscana. Quest'ultima è una cittadina di circa ventuno mila abitanti che nel periodo estivo vede aumentare a dismisura la popolazione per effetto delle presenze turistiche legate quasi esclusivamente al turismo balneare. L'indagine era volta a rilevare le preferenze dei turisti nei confronti delle caratteristiche della vacanza e della destinazione, nonché le variazioni di benessere associate alla variazione delle caratteristiche (attributi) della vacanza. Il metodo adottato per condurre tale analisi è il Discrete Choice Modelling (CM). Questo è un metodo ancora non molto sviluppato nell'analisi dei fenomeni turistici, ma che presenta caratteristiche che lo rendono particolarmente adatto per lo studio delle preferenze e delle scelte turisti e, perciò, passibile di futuro sviluppo.¹

2. IL CONTESTO GEOGRAFICO

Follonica è una cittadina di circa 21.500 abitanti della provincia di Grosseto, situata al centro del golfo omonimo, sulla costa meridionale della Toscana (figura 1). Si estende su un'area di 57 km². La sua storia economica è prevalentemente legata all'attività estrattiva e siderurgica. Dopo un processo di de-industrializzazione, attualmente il principale settore economico è rappresentato dai servizi, che contribuiscono alla produzione di circa 3/4 del valore aggiunto. All'interno di questo, il settore turistico svolge un ruolo importante, rappresentando per la città una fondamentale fonte di reddito. Allo stesso tempo, però, è stato un fattore di trasformazione socio-ambientale del territorio.

Follonica è una nota località balneare che si caratterizza per essere una tipica destinazione del cosiddetto turismo di massa, per quanto non sia sempre facile definire con nettezza i confini di tale modo di fare turismo. Essa si caratterizza anche per il tipo di servizi e per una buona qualità delle acque, tanto che gli è stata più volte conferita dalla Foundation for Environment Education (FEE) la bandiera blu, riconoscimento attribuito per il mare pulito, la qualità dei servizi e della vita.

1. Kemperman (2021) presenta una rassegna dei lavori pubblicati sulle più importanti riviste scientifiche di turismo che hanno realizzato lavori empirici utilizzando il CM.



Figura 1. Collocazione geografica di Follonica

Tabella 1: Arrivi e presenze per nazionalità, 2019

Turisti	Arrivi	Presenze	Arrivi %	Presenze %
Italiani	73.495	409.045	78,4%	74,9%
Stranieri	20.303	137.174	21,6%	25,1%
Totale	93.798	546.219	100 %	100 %

Fonte: *Ufficio Regionale di Statistica, Regione Toscana*

Negli ultimi anni gli arrivi si sono attestati intorno ad una media di circa 90.000 l'anno, un numero che è più di quattro volte quello della popolazione residente, e le presenze hanno superato di poco le 500.000 unità. Nel 2019, ultimo anno pre-covid, gli arrivi sono stati più di 93 mila, di cui circa il

21,6% rappresentato da stranieri, e le presenze poco oltre 546 mila, di cui il 25% stranieri (tabella 1). Relativamente alla componente nazionale, si tratta prevalentemente di un turismo di prossimità, con poco meno del 50% di turisti provenienti dalla stessa Toscana. Per quanto riguarda i turisti stranieri, invece, la componente principale è quella di lingua tedesca, composta, in ordine di importanza, da svizzeri, tedeschi e austriaci.

Il flusso turistico è stagionale, fortemente concentrato nei tre mesi estivi, con un picco nel mese di agosto, quando la componente straniera è poco rilevante. Relativamente a quest'ultima, il flusso degli arrivi risulta, infatti, più uniformemente distribuito, con una stagione che comincia nel mese di aprile e si prolunga fino al mese di ottobre.

3. CAMPIONAMENTO E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

3.1. Metodo di campionamento

L'indagine è stata condotta nei tre mesi estivi (luglio-settembre). Il campione è composto da 300 individui che hanno dichiarato di trovarsi a Follonica per turismo. Il metodo di campionamento è di tipo non probabilistico: gli intervistati sono stati selezionati su tutto il litorale del comune di Follonica seguendo il principio del campionamento sistematico. Il 43% delle interviste (130) è stato realizzato su spiagge a libero accesso, mentre il rimanente 57% (170) su spiagge date in concessione. Il metodo utilizzato è stato quello dell'intervista diretta, con un questionario redatto in tre lingue.

La prima parte del questionario era diretta a raccogliere informazioni sulle caratteristiche personali dell'intervistato. La seconda parte era finalizzata a rilevare le caratteristiche della vacanza e le modalità dell'organizzazione della stessa. La terza conteneva le domande volte a rilevare le preferenze dei turisti, finalizzate a capire se e come le diverse caratteristiche del prodotto turistico contribuivano a determinare le scelte dell'intervistato. In particolare, seguendo lo schema tipico dell'analisi CM, all'intervistato venivano mostrati alcuni scenari ipotetici (dove ogni scenario si differenziava per alcune caratteristiche che lo costituivano) di una possibile vacanza di 6 notti in un albergo a 3 stelle in una località Toscana. Agli intervistati veniva chiesto di scegliere lo scenario preferito. Infine, l'ultima sezione del questionario si componeva di domande atte a rilevare alcune informazioni sull'importanza

di alcuni pull factors della località della vacanza, sul grado di soddisfazione della vacanza e sull'importanza che le diverse caratteristiche che componevano le alternative (scenari) mostrate avevano avuto nella scelta effettuata.

3.2. Caratteristiche del campione

Il campione selezionato è composto, come ci si poteva attendere, prevalentemente da turisti nazionali (quasi il 90%), di cui ben il 74% di origine Toscana. Al secondo posto troviamo i lombardi (11%). Tra gli stranieri prevale la componente svizzera, che rappresenta il 53% del totale degli stranieri (tabella 2). Questo dato risente molto del fatto, come ricordato in precedenza, che nel periodo di picco (luglio-agosto) la componente nazionale prevale molto di più di quanto non accada in altri periodi sulla componente straniera.

Tabella 2. Composizione campione per nazionalità e provenienza

Nazionalità	Numero	Percentuale	
Italiani	270	90%	
Stranieri	30	10%	

Provenienza	Regione	Paese	
	Toscana	200	Francia 5
	Lombardia	30	Germania 2
	Piemonte	15	Svizzera 16
	Lazio	6	USA 2
	Veneto	5	Altri 5
	Emilia-R	5	
	Altre	9	

Fonte: L'autore.

La tabella 3 riporta le principali caratteristiche socio-demografiche del campione. L'età media degli intervistati è 42 anni. Relativamente al genere, il 60% del campione è composto da donne ed il 40% da uomini. Il titolo di studio prevalente risulta essere la licenza media superiore (55%) e la principale attività lavorativa è l'impiegato (24%), con gli studenti che rappresentano poco più dell'11%.

Tabella 3. Caratteristiche socio-demografiche del campione

Variabili	Tipo	%
Sesso	Male	40
	Female	60
Età	Media	42 (anni)
Titolo di studio	Fino alla licenza media	25,3
	Diploma di scuola media superiore	55,3
	Laurea	19,4
Professione	Impiegato	23,7
	Studente	11,3
	Pensionato	10,7
	Operaio	10,0
	Casalinga	10,0
	Insegnante	8,0
	Altro	26,3

Fonte: L'autore.

3.3. Metodo d'analisi

Per studiare le preferenze dei turisti relativamente alle caratteristiche della vacanza e dell'ambiente si è utilizzato il CM. Quest'ultimo fa parte della famiglia dei cosiddetti metodi delle Preferenze Dichiarate che, a differenza dei metodi basati sulle Preferenze Rivelate, si basano su dichiarazioni degli

intervistati piuttosto che sull'osservazione di scelte effettivamente praticate dagli stessi.²

Nella letteratura economica, il CM è utilizzato prevalentemente per stabilire l'importanza relativa che un individuo assegna ai diversi elementi che concorrono a definire un certo bene o servizio. Esso, infatti, si basa sulla teoria della domanda Lancasteriana (Lancaster 1966), secondo cui ogni bene può essere descritto in base ad una serie di caratteristiche. I beni si differenziano, perciò, per la diversa intensità, qualità o dimensione che le varie caratteristiche assumono. Di conseguenza, l'utilità che si deriva dal consumo di tali beni è vista come una somma ponderata dell'utilità attribuibile ad ogni caratteristica. Esso, quindi, permette di stimare l'importanza relativa che per i consumatori/utilizzatori hanno le diverse caratteristiche che contribuiscono a definire un bene. Nel caso del turismo, per esempio, la scelta potrebbe idealmente riguardare un potenziale trade-off tra la vicinanza al mare della propria camera d'albergo e l'affollamento della spiaggia.

La metodologia si basa prevalentemente sulla definizione di quattro elementi: (i) caratteristiche di base (attributi) del bene da valutare; (ii) definizione dei livelli di ciascun attributo; (iii) scenari ipotetici di scelta che vengono sottoposti per la scelta all'intervistato, ciascuno caratterizzato dalla combinazione di livelli diversi degli attributi; (iv) stima dell'importanza relativa dei livelli dei vari attributi considerati nell'analisi delle scelte (Hanley, Mourato e Wright 2001; Mazzanti 2003). Il CM è applicabile in situazioni di scelta discreta, ovvero quando il decisionmaker è chiamato a scegliere, in maniera univoca, fra un insieme finito e completo di alternative (opzioni).

Il CM prevede che agli intervistati vengano mostrate diverse alternative di scelta, ognuna che si caratterizza per una diversa descrizione del bene. Le alternative differiscono per i diversi livelli che assumono gli attributi attraverso i quali il bene oggetto di scelta è descritto. Agli intervistati è chiesto di scegliere l'alternativa che maggiormente preferiscono. Nel presente lavoro, vista la finalità, il metodo del CM è stato utilizzato per stimare le preferenze dei turisti rispetto ad alcuni attributi, più o meno direttamente riconducibili a fattori caratterizzanti la qualità dei servizi e la qualità ambientale, qualificanti la destinazione turistica.

Nell'indagine il bene oggetto di studio era una vacanza balneare descritta attraverso 6 attributi, ognuno dei quali assume 2 o 4 livelli. Gli attributi

2. Per un approfondimento su questi aspetti si veda Bateman et al. (2002).

individuati riguardavano la facilità di accesso al mare, che rappresenta la risorsa turistica primaria, il rischio di sovraffollamento della spiaggia, l'integrità dell'area in cui la risorsa primaria è situata, la disponibilità di servizi accessori, la presenza di un'area protetta nelle vicinanze ed il costo giornaliero della vacanza. L'obiettivo dell'analisi era quello di stimare i parametri che esprimono l'importanza relativa che gli attributi ed i relativi livelli assumevano nella scelta della destinazione balneare da parte dei turisti, cioè le preferenze dei turisti rispetto alle caratteristiche della vacanza. Gli attributi e i rispettivi livelli utilizzati per descrivere la vacanza sono riportati nella tabella 4.

La combinazione di tutti i livelli assunti dai 6 attributi portava ad un totale di 512 alternative, un numero evidentemente elevato che, date le risorse disponibili, avrebbe reso difficoltosa, se non impossibile, la realizzazione della ricerca. Infatti, per poter avere un numero adeguato di rilevazioni, ci sarebbe stato bisogno di un campione di individui da intervistare particolarmente elevato o, in alternativa, di sottoporre allo stesso individuo un numero elevato di cartelle di scelta. Al fine di disporre di un numero accettabile ma esaustivo di scelte si è provveduto a razionalizzare il set di scelta. Prima di tutto sono state eliminate tutte quelle alternative che, a meno di scelte irrazionali dell'intervistato, risultavano essere chiaramente dominanti (superiori a tutte le altre). Inoltre, mediante l'uso di un disegno fattoriale frazionario, si è arrivati ad identificare un sottoinsieme rappresentativo delle possibili combinazioni. Nel nostro caso il risultato è costituito da 32 alternative di scelta (Choice set) ognuna composta da 2 alternative (tabella 5). Nell'esperimento di scelta realizzato, ad ogni turista venivano sottoposte 8 cartelline, ognuna costituita da due alternative (Choice set individuale). Per ognuna delle cartelline, l'intervistato doveva scegliere una ed una sola alternativa (tipo di vacanza).

In considerazione delle caratteristiche dei dati raccolti, per la stima delle preferenze dei turisti (stima dei coefficienti che misurano l'impatto che la variazione nel livello dei vari attributi ha sull'utilità del decisore) si è utilizzato il Conditional Logit Model. Infatti, nel caso oggetto di studio, i dati sono di tipo ordinale, cosa che permette al ricercatore di osservare solo un ordinamento delle alternative. La funzione di utilità dell'individuo i può essere, quindi, rappresentata nel modo seguente:

$$U_{ik} = Z_{ik} + \epsilon_{ik} = \beta X_{ik} + \epsilon_{ik} \quad (1)$$

dove Z_{ik} rappresenta la parte osservabile (alternativa scelta) e ε_{ik} la parte stocastica. Dato che ogni alternativa è espressa in funzione degli attributi e dei rispettivi livelli, attraverso l'analisi delle scelte si stimano i β , cioè i coefficienti che rappresentano il peso che ogni attributo X_k assume nella funzione di utilità. In altre parole, i coefficienti indicano se e in che modo le varie caratteristiche di una località turistica hanno influito sulla scelta effettuata dal decisore relativamente al tipo di vacanza.

Tabella 4. Descrizione degli attributi e dei livelli

<p>Definizione delle caratteristiche degli scenari</p> <p><i>1. Prossimità della risorsa turistica primaria</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Scenario 1:</i> Il mare è raggiungibile in pochi minuti a piedi dall'alloggio (questo implica un certo livello di edificazione della costa) • <i>Scenario 2:</i> Il mare è raggiungibile dall'alloggio in circa 10 minuti con mezzo pubblico o privato, circa 15 minuti in bici e 20/25 a piedi (questo eviterebbe di dover effettuare interventi edificatori sulla costa) <p><i>2. Rischio di congestione dell'attrazione turistica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Scenario 1:</i> La spiaggia è data in concessione ai privati: questo implica che gli avventori debbano pagare per l'accesso avendo garantita, però, la disponibilità di ombrellone, sdraio e, entro certi limiti, parcheggio • <i>Scenario 2:</i> La spiaggia è pubblica e l'accesso è libero: questo implica l'assenza di vere e proprie strutture organizzate per l'offerta di servizi (sdraio, ombrellone) e la possibilità di dover parcheggiare ad una certa distanza dalla spiaggia <p><i>3. Integrità dell'ambiente</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Scenario 1:</i> una spiaggia a cui si accede a piedi lasciando le auto in un luogo non visibile e con minimo impatto ambientale di stabilimenti e servizi di ristorazione e attorno alla quale non sono visibili costruzioni • <i>Scenario 2:</i> una spiaggia a cui si accede a piedi, con mezzi pubblici o lasciando le auto in un luogo non visibile. Nella spiaggia sono presenti e visibili servizi essenziali (bagnino di salvataggio, pronto soccorso, servizi di informazione ecc.) e attorno alla quale sono presenti costruzioni scarsamente visibili

- *Scenario 3*: una spiaggia con parcheggio a vista nella quale sono presenti servizi di ristorazione e stabilimenti non permanenti; costruzioni chiaramente visibili
- *Scenario 4*: una spiaggia con parcheggio e costruzioni adiacenti; presenza capillare di tutti i servizi essenziali con costruzioni permanenti

4. Disponibilità di servizi ed attività turistiche accessorie

- *Scenario 1*: solo soggiorno balneare
- *Scenario 2*: soggiorno balneare e visita guidata ad altre risorse del territorio (città, parchi naturali ecc.)
- *Scenario 3*: soggiorno balneare, visita guidata ad altre risorse del territorio e partecipazione ad attività ricreative (manifestazioni sportive, degustazione prodotti tipici)
- *Scenario 4*: soggiorno balneare, visita guidata ad altre risorse del territorio e partecipazione ad attività ricreative e culturali (rassegne cinematografiche, mostre, manifestazioni sportive, corsi di degustazione dei prodotti tipici in azienda)

5. Presenza nei dintorni di un'area naturalistica protetta

- *Si*: nei dintorni dell'alloggio è presente un'area protetta (ad esempio riserva marina, parco naturale regionale) raggiungibile in circo 30 minuti
- *No*: non sono presenti aree protette nei dintorni dell'alloggio o sono necessari più di 30 minuti per raggiungerle

6. Costo giornaliero del soggiorno per persona (trattamento in mezza pensione in albergo a 3 stelle)

- € 55
- € 70
- € 85
- € 100

Tabella 5. Esempio di Choice set

Assumendo che le uniche soluzioni possibili siano quelle di seguito riportate, quale sceglierebbe?		
Caratteristiche della vacanza	Vacanza tipo A	Vacanza tipo B
Prossimità del mare	Scenario 1: facilmente raggiungibile a piedi (questo può richiedere interventi edificatori sulla costa)	Scenario 2: raggiungibile in circa 10 minuti con mezzo di trasporto (questo eviterebbe interventi edificatori sulla costa)
Rischio di congestione	Scenario 2: accesso libero alla spiaggia	Scenario 1: spiaggia data in concessione
Integrità dell'ambiente	Scenario 2: spiaggia raggiungibile a piedi dotata di servizi essenziali (bagnino); costruzioni scarsamente visibili dalla spiaggia	Scenario 3: spiaggia con parcheggio a vista; servizi di ristorazione presenti
Disponibilità di servizi accessori	Scenario 2: soggiorno balneare con visita guidata ad altre risorse	Scenario 3: soggiorno balneare con visita guidata ad altre risorse e <i>qualche</i> iniziativa ludico-culturale
Presenza area naturalistica protetta	No	Si
Spesa giornaliera per persona in mezza pensione	€ 100	€ 55
Preferenza	r	r

Fonte: L'autore.

Più precisamente, nel modello utilizzato, ogni singolo coefficiente stimato indica se e come varia la probabilità di scelta della vacanza al variare del livello degli attributi rispetto ad un livello scelto come di riferimento e,

quindi, indirettamente, fornisce informazioni sull'utilità relativa fornita da ogni singolo livello di un attributo. In considerazione di questo, nell'analisi si è prima di tutto dovuto definire i livelli di base (riferimento) rispetto ai quali misurare le variazioni e l'impatto che queste avevano sull'utilità. Questi sono:

- *per l'attributo 1*, «bassa vicinanza al mare»;
- *per l'attributo 2*, «basso rischio di congestione»;
- *per l'attributo 3*, «massima integrità dell'ambiente»;
- *per l'attributo 4*, «minima disponibilità di servizi accessori»;
- *per l'attributo 5*, «assenza di un'area protetta nelle vicinanze della località balneare».

Questa combinazione rappresentava lo scenario di riferimento rispetto al quale valutare le scelte nell'esperimento realizzato. Per l'elaborazione dei dati ci si avvalsi del software Stata.

4. DISCUSSIONE DEI RISULTATI

4.1. Le preferenze dei turisti sugli attributi della vacanza

Con tutti i limiti del caso, principalmente legati al tipo di campionamento, che impedisce di effettuare qualsiasi tipo di inferenza, l'analisi dei dati raccolti nell'indagine fornisce comunque una serie di spunti per una riflessione di carattere più generale. Le stime dei coefficienti della funzione sono riportati in tabella 6 e risultano essere tutte significative ad un livello di significatività del 10%.

La prima informazione generale che emerge dai dati è che gli intervistati sembrano essere caratterizzati da una sorta di «dissonanza cognitiva». Infatti, a fronte di un generale dichiarato interesse per la qualità ambientale sembrano poi preferire comportamenti (vacanze) che con tale finalità contrastano. È come se esistesse una finalità (tutela ambientale) condivisa ma una scarsa disponibilità ad impegnarsi in prima persona per perseguirla. Oppure, è come se i turisti intervistati non fossero coscienti dell'impatto ambientale delle proprie azioni o, addirittura, volessero che i costi necessari a perseguirla fossero sostenuti da altri. In termini economici, sembra che per

gli individui intervistati le esternalità siano potenzialmente rilevanti ma non Pareto rilevanti (Bimonte 2008a).³

Oppure, infine, date le caratteristiche pubbliche di alcuni beni, si potrebbe anche pensare ad un tipico comportamento da free rider.

Tabella 6. Stime dei parametri

Variabili	Coeff.	z-value	Prob
Alta prossimità alla spiaggia	0,2283396	5,43	0,000
Alto rischio di congestione (spiaggia libera)	0,1758312	4,18	0,000
Buona qualità dell'ambiente naturale	0,1206946	1,66	0,097
Discreta qualità dell'ambiente naturale	-0,2223985	-2,65	0,008
Minima qualità dell'ambiente naturale	-0,1618469	-2,23	0,026
Bassa disponibilità di servizi accessori	0,1293325	1,78	0,075
Buona disponibilità di servizi accessori	0,1392579	1,66	0,097
Ampia disponibilità di servizi accessori	0,3842274	5,24	0,000
Presenza area naturale protetta	0,073138	1,74	0,082
Spesa giornaliera	-0,0050616	-3,13	0,002
ASC	-0,0723675	-1,72	0,085

Fonte: L'autore.

3. Un'esternalità si definisce potenzialmente rilevante se genera una percezione di variazione di benessere nell'individuo che la subisce, ma non tanto da indurlo ad agire per modificare il livello dell'esternalità. Una esternalità si definisce rilevante in senso paretiano se il livello di attività di colui che la genera può essere modificato in maniera tale da far star meglio colui che la subisce senza per questo far star peggio colui che la genera (Buchanan e Stubblebine 1962).

Questo aspetto, oltre che emergere dai risultati riportati in tabella, è confermato dalle indicazioni fornite dagli intervistati sull'importanza che ogni singolo attributo ha avuto nel determinare la propria scelta. Infatti, gli intervistati hanno dichiarato che i due attributi che maggiormente hanno influenzato le loro scelte sono stati la prossimità dell'abitazione al mare, indicata con un grado di importanza alto dal 70% dei turisti, e l'integrità dell'attrazione turistica primaria, indicata come molto importante dal 58% degli intervistati. Questo fatto presenta un certo livello di contraddittorietà, perché, come anche specificato nei set di scelta, un'abitazione vicina alla costa implica automaticamente l'abbassamento dell'integrità ambientale della costa stessa.

Relativamente alle preferenze espresse attraverso la scelta della vacanza, dai risultati emerge che i turisti preferiscono alloggi vicino alla risorsa turistica primaria (mare) ad alloggi che si trovano ad una certa distanza da essa. Il coefficiente relativo alla caratteristica «alta prossimità alla spiaggia», infatti, assume valore positivo, nonostante nella scelta fosse esplicitamente ricordato che la maggiore distanza dal mare avrebbe consentito di non deturpare l'ambiente con interventi edificatori sulla costa.

I turisti intervistati non sembrano nemmeno essere preoccupati dal rischio di congestione. Nella scelta della destinazione per la propria vacanza, essi non risultano essere negativamente influenzati dall'affollamento (effetto snob). Piuttosto, visto il segno positivo del coefficiente, sembrerebbe esistere un effetto traino, cioè una preferenza per i luoghi frequentati. Questo risultato, che potrebbe sembrare inusuale, va letto e interpretato alla luce di tre ordini di fattori.

Il primo riguarda la tipologia degli avventori di Follonica, prevalentemente famiglie con bambini ed anziani, che hanno esigenze immanenti che li potrebbero portare a preferire luoghi più liberi e con meno regole, anche se affollati, e vicini al mare. Inoltre, la scarsa considerazione data al problema congestione potrebbe dipendere dal fatto che gli intervistati non necessariamente pensano che spiaggia libera voglia dire «spiaggia affollata» o che, attraverso la scelta, abbiano voluto esprimere un giudizio di valore, cioè attestare un principio di «democrazia» e di «equità», consistente nell'opposizione alla concessione, che permette a privati di gestire risorse di proprietà pubblica di cui tutti dovrebbero poter godere liberamente. Infine, anche se questo sarebbe in parte in contrasto con le preferenze sulla prossimità dell'alloggio al mare, potrebbero aver preferito la spiaggia libera che,

seppur più affollata, implica un minor impatto infrastrutturale sulla risorsa primaria.

Come già evidenziato in precedenza, i turisti di Follonica dimostrano di essere in generale sensibili ed interessati al mantenimento dell'integrità dell'ambiente, come si evince dal coefficiente dell'attributo 3. Il passaggio dal livello massimo a quello discreto e minimo, infatti, determina una riduzione della probabilità di scelta della vacanza. Questo aspetto risulta essere meno evidente quando si considera il passaggio da massimo a buono. Questo risultato, però, trova una spiegazione nel modo in cui sono stati definiti i livelli dell'attributo. Infatti, se ci soffermiamo sulla descrizione dei singoli livelli dell'attributo «integrità ambientale» (tabella 4) notiamo che lo scenario 1 (massima integrità) corrisponde ad una spiaggia attorno alla quale non sono visibili costruzioni e vi è una presenza minima di servizi, mentre lo scenario 2 (buona integrità) differisce dal primo per una più ampia presenza di servizi e per la presenza di costruzioni «scarsamente» visibili dalla spiaggia. La differenza in termini di qualità ambientale è poco accentuata e potrebbe non essere stata percepita molto, mentre quella in termini di servizi è più evidente. Gli intervistati, quindi, al momento dell'esperimento di scelta, potrebbero non aver percepito la differenza in termini di qualità ambientale, percependo di più quella in termini di servizi fra i due scenari. Coerentemente, hanno preferito la seconda alla prima soluzione. Se l'interpretazione è corretta, questo significa che la scelta non è percepita in termini di *trade-off* e, quindi, β è logicamente positivo.

L'interesse per i servizi è confermato anche dal coefficiente dell'attributo «disponibilità di servizi accessori» (dove per servizi accessori si intende la presenza di iniziative ludico-culturali e di visite guidate alle risorse del territorio): la probabilità che la vacanza venga scelta aumenta all'aumentare della disponibilità dei servizi offerti. I turisti, invece, non sembrano molto interessati o influenzati nella propria scelta dalla «presenza nei dintorni di un'area naturalistica protetta». Il relativo coefficiente assume un valore molto basso, anche se positivo. Questo dato, se letto congiuntamente a quello sulla preferenza dichiarata per l'integrità ambientale, fa emergere una figura media di turista che apprezza di più l'integrità ambientale complessiva nel luogo di vacanza che quella garantita da un'area protetta nell'area circostante. Quest'ultima è vista come servizio accessorio. Molto più importante ai fini della scelta è la qualità ambientale del luogo in cui la vacanza si svolge.

Infine, coerentemente con le attese, a parità di altre condizioni, la probabilità che una vacanza venga scelta diminuisce, seppur di poco, all'aumentare del costo giornaliero.⁴

4.2. Le disponibilità a pagare

I risultati del modello ci permettono di calcolare i Saggi Marginali di Sostituzione (SMS) tra i vari attributi. Da un punto di vista economico, il SMS più interessante è quello relativo alla stima del prezzo implicito riferito alla variazione di livello di un attributo (MWTP). Il prezzo implicito è calcolabile rapportando la differenza nei coefficienti dei vari livelli di un attributo al coefficiente monetario, rappresentato dal coefficiente dell'attributo relativo alla spesa giornaliera, e cioè:

$$\text{MWTP} = -\frac{\Delta\hat{\beta}_i}{\hat{\beta}_p}$$

dove $\Delta\hat{\beta}_i$ è la variazione della probabilità di scelta causata dal cambiamento nel livello dell'attributo i , mentre $\hat{\beta}_p$ è la stima del coefficiente corrispondente all'attributo espresso in termini monetari. Le stime della MWTP ci permettono di calcolare l'equivalente monetario delle variazioni nei livelli di utilità determinati da un cambiamento di livello in uno degli attributi del bene oggetto di studio. I valori ottenuti, ovviamente, dipendono dai valori monetari scelti a monte, cioè dai prezzi scelti per definire il costo della vacanza. Sulla base delle stime dei coefficienti è stato possibile calcolare le MWTP (tabella 7).

4. Questi importi vanno letti alla luce del fatto che la i dati analizzati fanno riferimento ad una indagine realizzata nell'anno 2006.

Tabella 7: Stime della MWTP

Variabile	MWTP in euro
Vicinanza alla spiaggia	45,11
Rischio di congestione	34,74
Variazioni nell'integrità dell'ambiente naturale*	
Da minima a massima	31,98
Da minima a buona	55,82
Da minima a discreta	-11,96
Da discreta a massima	43,94
Da discreta a buona	67,78
Da buona a massima	-23,85
Variazioni della disponibilità di servizi accessori	
Da minima ad ampia	75,91
Da minima a buona	27,51
Da minima a bassa	25,55
Da bassa ad ampia	50,36
Da bassa a buona	1,96
Da buona ad ampia	48,40
Presenza area naturalistica protetta	14,45

*inversamente proporzionale all'offerta di servizi presenti in spiaggia

Fonte: L'autore.

I risultati ottenuti, naturalmente, non forniscono informazione qualitativa aggiuntiva sul fenomeno in generale. Essi, però, permettono di quantificare alcuni effetti. Dalle stime ottenute si evince che le più alte disponibilità a pagare i turisti la esprimono per la disponibilità di servizi, al cui miglioramento corrisponde un aumento dell'impatto ambientale; la vicinanza dell'alloggio alla spiaggia, che presenta un trade-off con l'integrità ambientale.

Questi dati confermano quanto prima evidenziato, cioè che a fronte di un interesse dichiarato per la qualità ambientale esiste una scarsa disponibilità a pagare (impegnarsi) per favorirla: si è più disposti a rinunciare ad un certo livello di qualità ambientale che a certe comodità (servizi, vicinanza al mare). Il risultato evidenzia una certa incoerenza tra dichiarazioni di massima e comportamenti (scelte) che si adotterebbero, a meno che non si ipotizzi che gli intervistati non abbiano percepito o compreso il trade-off che esiste tra l'offerta di servizi, la vicinanza al mare dell'alloggio e l'integrità ambientale della costa.

5. CONCLUSIONI

La comprensione delle preferenze dei turisti rappresenta sicuramente un passo necessario, anche se non esaustivo, per la costruzione di una corretta politica di sviluppo turistico di un'area. Insieme a queste, però, è sempre necessario conoscere anche attitudini e preferenze dei residenti, perché sono principalmente questi ultimi che decidono il tipo di sviluppo turistico che sono disposti ad accettare, almeno nelle aree che hanno raggiunto un certo livello di benessere economico, e perché senza la loro partecipazione l'efficacia di qualsiasi politica è dubbia (Sharpley 2014a). Inoltre, questo è necessario perché le caratteristiche prevalenti delle due comunità impattano sulla qualità dell'esperienza turistica, da un lato, e sul benessere delle comunità locali, dall'altro (Bimonte e D'Agostino 2021). Il tipo di interazione che si stabilisce (cooperativa, conflittuale) tra le due comunità può assumere dinamiche tali da portare a equilibri socialmente e/o ambientalmente virtuosi o perversi (Bimonte 2008b).

In questo lavoro, attraverso la metodologia del Discrete Choice Modelling, si è evidenziato l'importanza che alcune variabili hanno nella scelta dei turisti. La stima dell'impatto che queste ultime hanno sull'utilità degli intervistati, infatti, ha permesso di evidenziare indirettamente alcuni tratti peculiari

delle attitudini e preferenze degli intervistati. In particolare, l'attenzione si è soffermata sulla valutazione del ruolo che la qualità ambientale del luogo di villeggiatura ha nella scelta della vacanza balneare. A tal fine, gli intervistati si sono trovati a scegliere tra alternative diverse caratterizzate da un diverso livello dei medesimi attributi.

I risultati dell'analisi ci hanno permesso di delineare le caratteristiche medie del turista balneare di Follonica. Da quanto emerge dai risultati dell'indagine, sembra che i turisti siano caratterizzati da preferenze in parte incoerenti, una sorta di dissonanza cognitiva, o semplicemente da un ordinamento che mette l'ambiente ad un livello più basso rispetto ad altre esigenze. In estrema sintesi, sembra che Follonica richiami un turismo che, seppur sensibile alle problematiche ambientali, non è disposto a sostenere il costo necessario a garantire un certo livello di preservazione delle risorse ambientali della località in cui praticano la vacanza. I turisti intervistati, infatti, hanno mostrato un interesse più ipotetico che reale verso la qualità ambientale. A fronte di un interesse generico per la qualità ambientale, questo viene meno di fronte alla richiesta di impegno diretto (Bimonte 2008a, Butler 1998). In altre parole, la conclusione a cui si potrebbe giungere è che i turisti sono interessati all'integrità ambientale purché siano altri ad accollarsi il costo (anche in termini di rinunce) necessario a garantirla.

In particolare i turisti intervistati hanno mostrato di non essere disposti a rinunciare alla vicinanza dell'alloggio alla spiaggia per garantire una maggiore integrità ambientale della costa e, inoltre, attraverso le loro scelte, hanno dimostrato che la qualità ambientale non è una caratteristica determinante e fondamentale nella scelta delle vacanze. Piuttosto, la loro attenzione, nel momento di decidere la località balneare dove trascorrere una vacanza, si focalizza sulla presenza dei servizi.

I risultati sembrano coerenti con il profilo del turista che normalmente frequenta Follonica. In media, si tratta di un turismo di prossimità, composto prevalentemente da famiglie con figli e da pensionati, a basso reddito e con titolo di studio non molto elevato. Teoria economica e ricerche empiriche hanno evidenziato che l'ambiente rientra in quel tipo di beni cosiddetti di lusso, ovvero beni la cui domanda cresce più che proporzionalmente rispetto reddito, e la cui domanda è legata al livello di istruzione. I risultati ottenuti sono coerenti con una tale interpretazione.

Concludendo, è possibile osservare che le caratteristiche dell'offerta turistica di Follonica sembrano non presentare elementi di attrito con quelle che sono le preferenze e le attitudini degli avventori. Questo è coerente con

quello che Bimonte (2013) ha definito «la legge di Say qualitativa», secondo cui l'offerta seleziona la propria domanda. Quindi, al di là di qualsiasi strumento di politica economica (tasse, quote), ogni piano di sviluppo turistico deve fare i conti con le caratteristiche dell'offerta, perché sembra essere evidente che sono le caratteristiche dell'offerta a rappresentare il principale elemento di scelta del turista. La struttura e le caratteristiche dell'offerta rappresentano il principale strumento di selezionare dei propri clienti.

BIBLIOGRAFIA

- Bateman, Ian, Richard T. Carson, Brett Day, Michael Hanemann, Nick Hanley, Michael Jones-Lee, Tannis Hett, Graham Loomes, Susana Mourato, Ece Özdemiroglu, David W. Pearce, Robert Sugden e John Swanson. 2002. *Economic Valuation with Stated Preference Techniques*. Elgar.
- Bimonte, Salvatore. 2006. «Sustainable Tourism and Management Tools». In *Sustainable Tourism II*, ed. Carlos Brebbia, Francisco Pineda. Southampton: WIT Press.
- . 2008a. «Park Visitors vs Beach Tourists: A Comparative Study in an Italian Coastal Region». *European Journal of Tourism Research* 1(2): 112-127.
- . 2008b. «The 'Tragedy of Tourism Resources' as the Outcome of a Strategic Game. A New Analytical Framework». *Ecological Economics* 67(3): 457-464.
- . 2013. «Sustainable Tourism: A New Management and Interpretative Paradigm». WIT Press *Tourism as a Tool for Development*: 83-99.
- Bimonte, Salvatore e Antonella D'Agostino A. 2021. «Tourism development and residents' well-being: Comparing two seaside destinations in Italy». *Tourism Economics* 27(7): 1508-1525. doi: HYPERLINK "https://doi.org/10.1177/1354816620916962" 10.1177/1354816620916962.
- Bimonte, Salvatore e Lionello Franco Punzo. 2007. «The Evolutionary Game between Tourist and Resident Populations and Tourist Carrying Capacity». *International Journal of Technology and Globalization* 3(1): 73-87.
- . 2016. «Tourist Development and Host–Guest Interaction: An Economic Exchange Theory». *Annals of Tourism Research* 58: 128-139.

- Briassoulis, Helen. 2000. «Environmental Impacts of Tourism: A Framework for Analysis and Evaluation». In *Tourism and the Environment*, eds. Helen Briassoulis e Jan van der Straaten. Dordrecht: Springer.
- . 2002. «Sustainable Tourism and the Question of the Commons». *Annals of Tourism Research* 29(4): 1065-1085.
- Buchanan, James e Craig Stubblebine. 1962. «Externalities». *Economica* 29: 371-384.
- Butler, Richard W. 1998. «Sustainable Tourism Looking Backwards in Order to Progress?». In *Sustainable tourism: A geographical perspective*, eds. Coling Michael Hall ed Alan A Lew. Essex: Longman.
- . 1999. «Sustainable Tourism: A State-of-the-art Review». *Tourism Geographies* 1(1): 7-25.
- Deloitte. 2022. Sustainability & Consumer Behaviour 2022. UK. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/sustainable-consumer>.
- EC. 2007. «COMMUNICATION FROM THE COMMISSION. Agenda for a Sustainable and Competitive European Tourism». Brussels, 19.10.2007 COM(2007) 621 final. http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/index_en.
- Ferreira, Fernanda A., Conceição Castro e Ana S. Gomes. 2021. «Positive and Negative Social-Cultural, Economic and Environmental Impacts of Tourism on Residents». In *Advances in Tourism, Technology and Systems. ICOTTS 2020. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol 208, eds. João V. de Carvalho, Álvaro Rocha, Pedro Liberato e Alejandro Peña (eds.). Singapore: Springer,. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4256-9_26.
- Hanley, Nick, Susana Mourato e Robert E. Wright. 2001. «Choice Modelling Approaches: a Superior Alternative for Environmental Valuation?». *Journal of Economic Surveys* 15(3): 435-462.
- Hunter, Colin J. 1995. «On the Need to Re-conceptualise Sustainable Tourism Development». *Journal of Sustainable Tourism* 3(3): 155-165.
- Kemperman, Astrid. 2021. «A Review of Research into Discrete Choice Experiments in Tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Discrete Choice Experiments in Tourism». *Annals of Tourism Research* 87: 103-137.
- Lancaster, Kevin. 1966. «A New Approach to Consumer Theory». *Journal of Political Economy* 84: 132-157.

- Liu, Zhenhua. 2003. «Sustainable Tourism Development: A Critique». *Journal of Sustainable Tourism* 11(6): 459-475.
- Mazzanti, Massimiliano. 2003. «Discrete Choice Models and Valuation Experiments». *Journal of Economic Studies* 30(6): 584-604.
- Punzo, Lionello Franco e S. Usai. 2007. *Un'estate al mare. Residenti e turisti in alcune destinazioni italiane*. MacGraw Hill.
- Schmitt, Michael T., Lara B. Aknin, Jonn Axsen e Rachael L. Shwom. 2018. «Unpacking the Relationships Between Pro-Environmental Behavior, Life Satisfaction, and Perceived Ecological Threat». *Ecological Economics* 143: 130-140.
- Sharpley, Richard. 2014a. «Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research». *Tourism Management* 42: 37-49.
- . 2014b. «Tourism: A Vehicle for Development?». In *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Channel View Publications, 3-30.
- Simmons, David G. 1994. «Community Participation in Tourism Planning». *Tourism Management* 15(2): 98-108.
- Smith, Stephen L. J. 1994. «The Tourism Product». *Annals of Tourism Research* 21(3): 582-595.
- UNWTO. 2016. *Yearbook of Tourism Statistics, Data 2010-2014*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTTC. 2022. *Economic Impact 2022*. Global Trends.

CASTELLÓN, LA SEGUNDA PROVINCIA MÁS MONTAÑOSA DE ESPAÑA: ¿ALGO MÁS QUE UN LEMA TURÍSTICO?

ENRIQUE MONTÓN CHIVA

JOSÉ QUEREDA SALA

Universitat Jaume I

Resumen: La provincia de Castellón es conocida por ser la segunda más montañosa de España, afirmación de origen desconocido, pero que ha calado profundamente en multitud de ámbitos, tanto a nivel local, provincial, autonómico y estatal. Los sistemas de información geográfica y las bases de datos espaciales servirán para corroborar o negar la citada afirmación. Los datos de altitud obtenidos del Centro Nacional de Información Geográfica han sido la materia prima para calcular pendientes e índices de irregularidad y clasificar las provincias en base a sus valores promedio, así como por el porcentaje de territorio por encima de unos umbrales determinados. La distribución de las provincias mejor clasificadas cambia de forma significativa, puesto que influye la presencia de las distintas unidades del relieve y sus características, pero en ningún caso el territorio castellanense destaca especialmente por su carácter montañoso.

Palabras clave: Sistema de Información Geográfica, Modelo Digital del Terreno, provincia, pendiente, altitud, irregularidad.

Key words: Geographic Information System, Digital Terrain Model, province, slope, altitude, irregularity.

1. ESTADO DE LA CUESTIÓN. DEL DICHO AL HECHO

Castellón es la más septentrional de las provincias que integran la Comunitat Valenciana. En sus 6.638,10 kilómetros cuadrados encontramos localidades monumentales como Peñíscola, instalada en un tómbolo donde destaca el castillo del Papa Luna, definitivamente impulsado en su aprovechamiento turístico a raíz de su aparición en la serie *Juego de tronos*; Morella y la imponente mole calcárea, parte de un sinclinal, sobre la que se asientan sus murallas y castillo; San Mateo y su rica arquitectura gótica tanto civil como religiosa o Segorbe, sede episcopal, con su castillo y su monumental casco urbano medieval y escenario de la espectacular entrada de toros y caballos. No falta sitio para joyas naturales como la sierra Espadán, un refugio silíceo en el océano calizo del oriente peninsular con su característica vegetación y sus saltos de agua; la sierra Calderona, el Desierto de Las Palmas, la Tinença de Benifassà, la costera sierra de Irta, el Prat de Cabanes e incluso un archipiélago volcánico, las islas Columbretes.



Figura 1. Peñíscola, lugar de rodaje de la película *El Cid* y la conocida saga *Juego de tronos*. Fuente: Enrique Montón Chiva

Sin embargo, hoy día la provincia es más conocida por sus internacionales festivales de música, sus playas, alguna macroubanización costera y su maltratado aeropuerto, ya con aviones, hasta el punto de que, en 2019, antes del tsunami que supuso la covid-19 para el turismo, recibió a 125.448 pasajeros, superando a quince pistas del Estado (Dirección General de Aviación Civil 2020). Pero antes de eso, apenas nada destacaba de esta tierra del Levante español, invadida en verano por aragoneses y madrileños en busca del mar y la playa que la geografía les niega en sus lugares de origen. ¿Nada? Bueno, algo sí. A pesar del nombre oficial de la capital, Castellón de la Plana (INE), se trataba de la segunda provincia más montañosa de España. Esta afirmación se ha extendido por las aulas (Gasma, Universitat Jaume I), la Administración (Diputació de Castelló), la prensa (RTVE, Cadena COPE, El Confidencial Digital, *El Periòdic*, Onda Cero, *El Periódico Mediterráneo*), los eslóganes y negocios turísticos (Turismo de Castellón, Comunitat Valenciana; Gran Casino Castellón; Rurismo; Pinandtravel; CEEI; Hertz, Caramaps,...) y el saber popular, mostrado en infinidad de foros y blogs, por lo que ha quedado como verdad absoluta.

La cuestión es muy controvertida en blogs y redes sociales y da para un prolongado debate, simplemente porque se desconoce cómo y cuándo ha surgido la susodicha afirmación y no hay ningún estudio que haya clasificado las provincias españolas por su relieve. La situación es aún más curiosa porque se coincide en saber cuál es la segunda provincia más montañosa, pero se desconoce cuál es la primera, caso único en el que el subcampeón ensombrece al campeón.

El presente estudio trata de aportar datos científicos que aclaren la cuestión y para ello es necesario comenzar contestando a una pregunta: ¿Qué significa ser montañosa? Efectivamente, el término *montañosa* puede hacer referencia a distintos aspectos como la altura, la pendiente o el número de montañas y eso nos lleva a otra pregunta: ¿Qué es una montaña?

No faltan definiciones: una montaña es «parte saliente o relieve de la corteza terrestre a la vez elevado (varios centenares de metros por encima de su base), con vertientes pendientes y que ocupa una gran extensión (varios kilómetros cuadrados por lo menos)» (George 2007, 401); o «una montaña es, ante todo, un gran accidente del terreno, un relieve que tapa el horizonte, el volumen saliente y su corolario la pendiente se encuentran el base del concepto de montaña» (Demangeot 1989, 151). «Las montañas, como las colinas, se diferencian de llanuras y mesetas por lo reducido de sus cumbres y la gran proporción de pendientes escarpadas. En general tienen mayor relieve y son más grandes que las colinas; tienen contornos más escabrosos;

y sus formas son más complejas» (Finch y Trewartha 1942, 431). Altura y pendiente marcan la definición de la montaña. Veamos qué nos pueden aportar al respecto las bases de datos espaciales.

2. DATOS Y MÉTODOS

Para lanzar luz sobre la cuestión se utilizarán diversas bases de datos espaciales, de entre las que destaca un Modelo Digital del Terreno (tabla 1).

Este modelo digital del terreno, con resolución de 200 metros, MDT200 (figura 2), se halla disponible en la web de descargas del Centro Nacional de Información Geográfica, con un total de cincuenta ficheros en formato ASCII matriz ESRI (asc). El sistema geodésico de referencia es el EPSG:25830, ETRS89 / UTM zone 30N, excepto en Canarias donde se usa el EPSG:4083, REGCAN95 / UTM zone 28N, compatible con el citado ETRS89, sistema de referencia geodésico oficial en España (Real Decreto 1071/2007). Este MDT se ha interpolado de otros más precisos, con 5 metros de malla, procedentes del Plan Nacional de Ortofotografía Aérea (PNOA).

En cuanto a los datos de altura, la referencia en la Península es el nivel medio del mar en Alicante, mientras que en los archipiélagos es el nivel medio del mar en cada grupo de islas. Para Ceuta y Melilla, se toma el nivel medio del mar Mediterráneo.

Para límites administrativos, se recurre a los ficheros vectoriales almacenados en la web de ArcGIS (figura 3), cuyo sistema de coordenadas es el EPSG:4258, ETRS89.

Tabla 1. Datos empleados y sus características básicas

Datos	Centro	Descripción	Tipo	Coordenadas	Proyección
MDT200	CNIG	Alturas Península y Baleares	Ráster	EPSG:25830, ETRS89	UTM zone 30N
MDT200	CNIG	Alturas Canarias	Ráster	EPSG:4083, REGCAN95	UTM zone 28N

Datos	Centro	Descripción	Tipo	Coordenadas	Proyección
Municipios	ArcGIS	Municipios	Vector	EPSG:25830, ETRS89	UTM zone 30N
Provincias	ArcGIS	Provincias	Vector	EPSG:25830, ETRS89	UTM zone 30N
Comunidades autónomas	ArcGIS	Comunidades autónomas	Vector	EPSG:25830, ETRS89	UTM zone 30N

Fuente: Elaboración propia

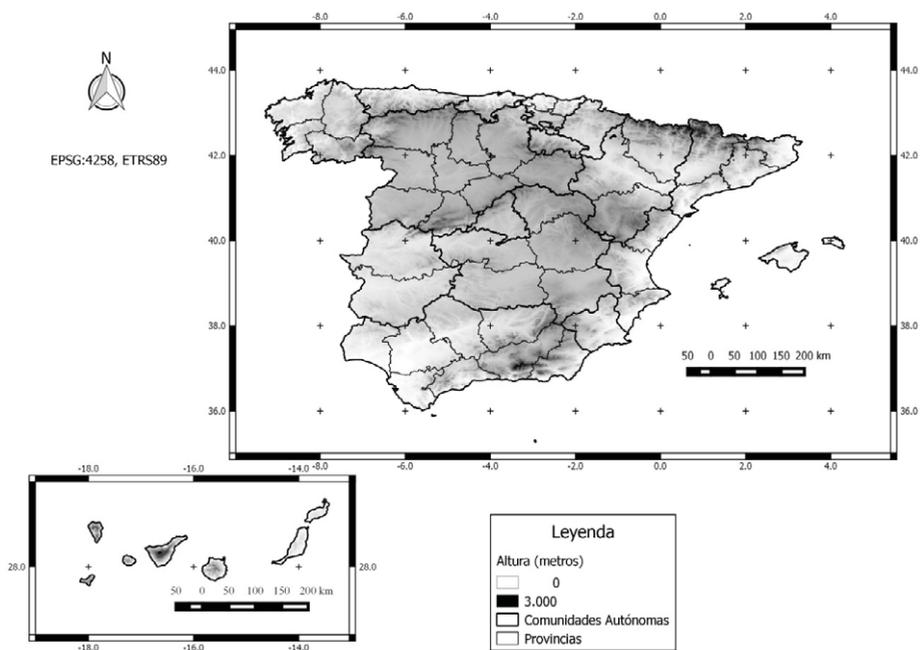


Figura 2. Modelo digital del terreno con red de malla de 200 metros. Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG), ArcGIS y elaboración propia

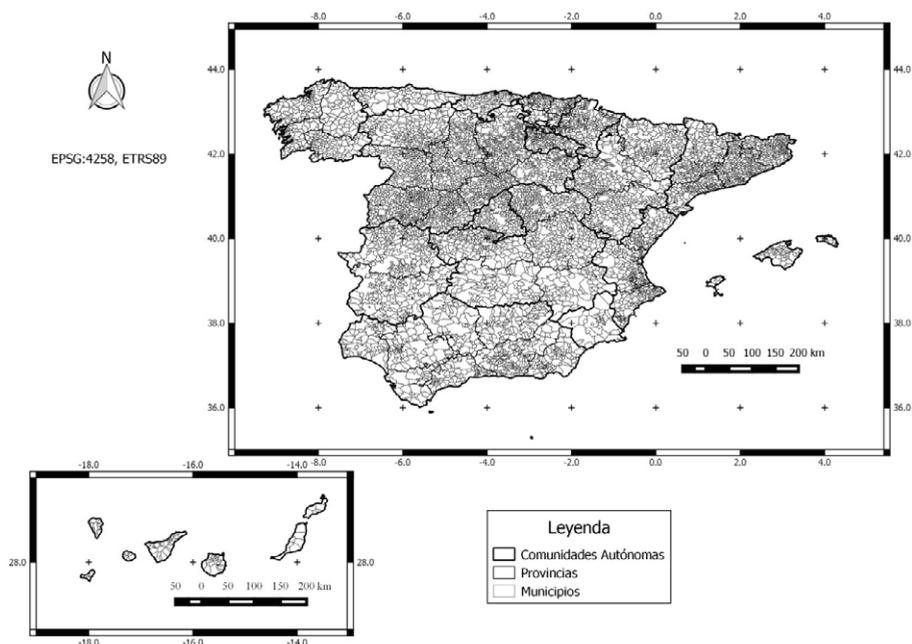


Figura 3. Cartografía de los límites municipales, provinciales y autonómicos.

Fuente: ArcGIS y elaboración propia

Los datos serán tratados con el software QGIS, el sistema de información geográfica líder de código abierto para escritorio. Es un proyecto de la Open Source Geospatial Foundation (osgeo), impulsado por voluntarios que constituyen una creciente comunidad de desarrolladores.

El primer paso por realizar con QGIS es la creación de un modelo digital del terreno para la Península y Baleares por un lado y Canarias por el otro. Para ello se utiliza la herramienta Ráster / Miscelánea / Combinar. Los ficheros se crean con los sistemas de coordenadas correspondientes a los modelos y especificados en sus metadatos: EPSG:25830, ETRS89 / UTM zone 30N para Península y Baleares y EPSG:4083, REGCAN95 / UTM zone 28N, para el archipiélago canario. El modelo del terreno en Canarias, con la función Ráster / Proyecciones / Combar, se pasa al EPSG:25830, ETRS89 / UTM zone 30N del resto de España, como paso previo a integrar ambos modelos del terreno en uno sólo. Éste es el objetivo de aplicar de nuevo la herramienta Ráster / Miscelánea / Combinar.

Finalmente, los ficheros se trasladan a un sistema de coordenadas EPSG:4258, ETRS89, basada en coordenadas geográficas de latitud y longitud frente a las *Universal Transversal Mercator* (UTM) del ETRS89 / UTM zone 30N. Su principal ventaja es facilitar la representación de los resultados de la Península y los dos archipiélagos.

La obtención de las medias de altura para las provincias españolas se realiza con la herramienta Ráster / Estadísticas de zona. El procesamiento crea varias columnas con los estadísticos de la altura para cada municipio en la tabla de atributos de la capa vectorial: el número de píxeles incluido en cada polígono, en este caso, municipios; la suma de los valores, un elemento que no aporta ninguna información útil para nuestro estudio, la media, el valor más destacado, la mediana, la desviación estándar, el mínimo, máximo, intervalo, minoría, mayoría y variedad.

Obtenida la materia prima, el modelo digital del terreno, se someterá al cálculo de pendientes y del índice de irregularidad, los cuales nos acercarán a conocer la distribución de las montañas en el territorio.

El módulo de pendiente calcula el ángulo de la pendiente de cada celda en grados o en porcentaje. La fórmula por defecto para ese cálculo es la de Horn (1981), pudiéndose utilizar también la de Zevenbergen y Thorne (1987). Los resultados son prácticamente idénticos y así lo demuestran los ensayos realizados sobre el ráster del MDT200 para la provincia de Castellón (tabla 2 y figura 4).

Tabla II. Resultados del cálculo de pendientes para la provincia de Castellón sobre el MDT200

Fórmula	Media (°)	Máximo (°)	Mínimo (°)
Zevenbergen y Thorne (1987)	5,03	53,12	0
Horn (1981)	4,54	48,56	0

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica y elaboración propia.

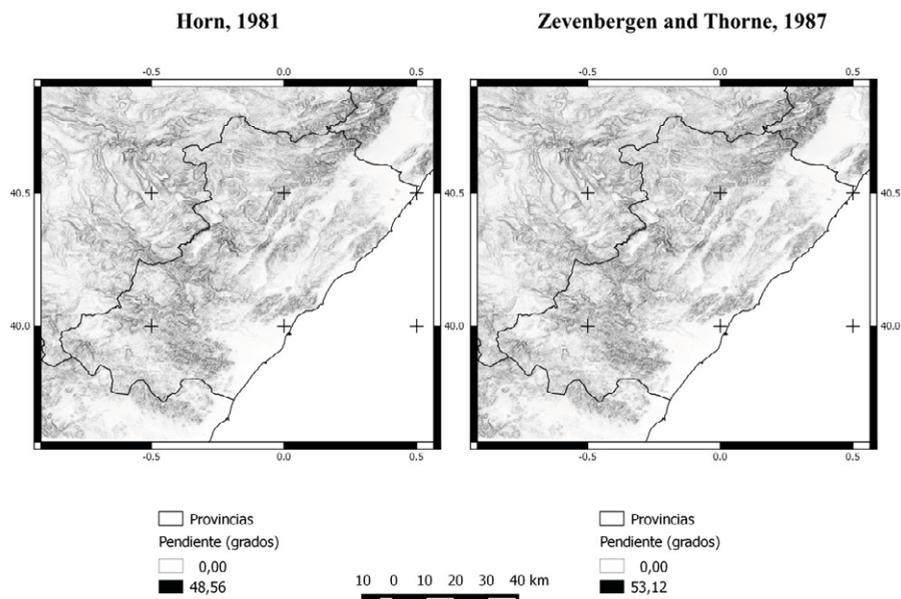


Figura 4. Comparativa de los ensayos de pendiente para la provincia de Castellón.
Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica y elaboración propia

Por su parte, el índice de irregularidad es una medición cuantitativa de la heterogeneidad del terreno siguiendo la formulación de Riley, DeGloria y Elliot (1999). Para cada punto calcula los cambios de elevación en una cuadrícula de 3×3 (QGIS) y los clasifica en siete intervalos, tal como muestra la tabla 3.

Tabla III. Rangos del índice de irregularidad

Rangos (metros)	Grupo
0 – 80	Nivelado
81 – 116	Casi nivelado
117 – 161	Ligeramente accidentado
162 – 239	Medianamente accidentado
240 – 497	Moderadamente accidentado

Rangos (metros)	Grupo
498 – 958	Altamente accidentado
959 – 4.367	Extremadamente accidentado

Fuente: Riley, DeGloria y Elliot (1999).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La primera variable al considerar una montaña es la altitud. El promedio de alturas por provincias en el territorio español arroja los siguientes resultados (figura 5 y tabla 4). Evidentemente, Castellón no es la segunda provincia más alta de España, aspecto esperado al tener costa, territorio por debajo de los cien metros de altura y elevaciones máximas limitadas y relativamente modestas, todo lo contrario que Ávila cuyo nivel de base es la Meseta y contiene las alturas más importantes de la Cordillera Central. Solo una provincia costera, Granada, se sitúa entre las diez primeras, gracias a tener las mayores alturas peninsulares y la siguiente provincia costera, en un discreto puesto 18, es Santa Cruz de Tenerife, aupada por el Teide. La provincia de Castellón queda en un muy modesto puesto 29, con 592,65 metros, tanto provincial (652,26) como total (683).

Las medias más destacadas quedan en la Cordillera Central, Ibérica y Cantábrica en provincias sin costa y en Lleida, provincia pirenaica con menor extensión en la depresión del Ebro. La excepción a esa distribución interior es la ya citada Granada.

Tabla IV. Clasificación de las primeras diez provincias por altura media (MDT200)

Provincia	CC. AA.	Altura
Ávila	Castilla y León	1.130,54
Soria	Castilla y León	1.092,15
León	Castilla y León	1.080,12

Provincia	CC. AA.	Altura
Granada	Andalucía	1.076,99
Guadalajara	Castilla - La Mancha	1.067,57
Teruel	Aragón	1.055,02
Segovia	Castilla y León	1.020,52
Cuenca	Castilla - La Mancha	958,59
Palencia	Castilla y León	939,84
Lleida	Cataluña	931,42

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia.

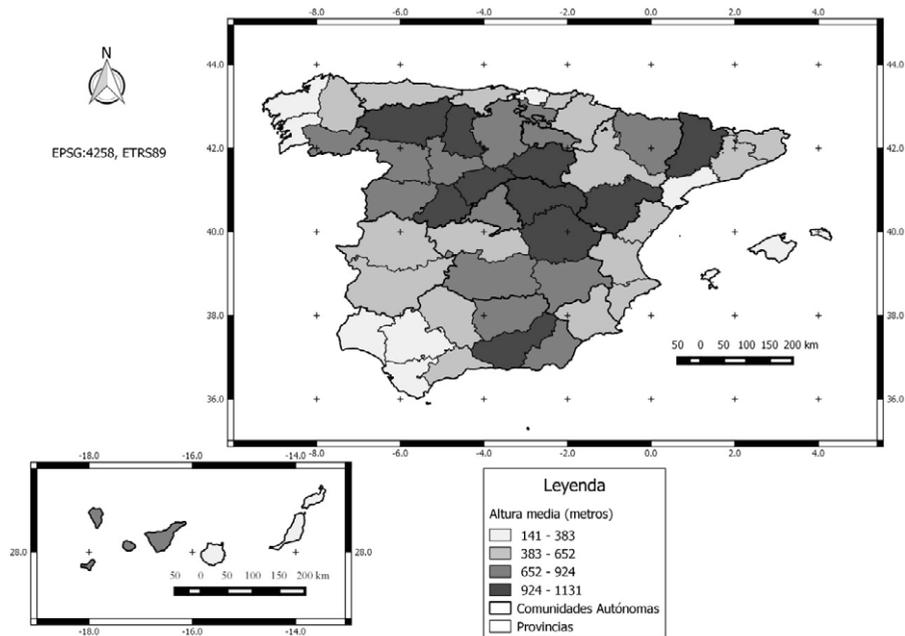


Figura 5. Mapa de altura por provincias (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

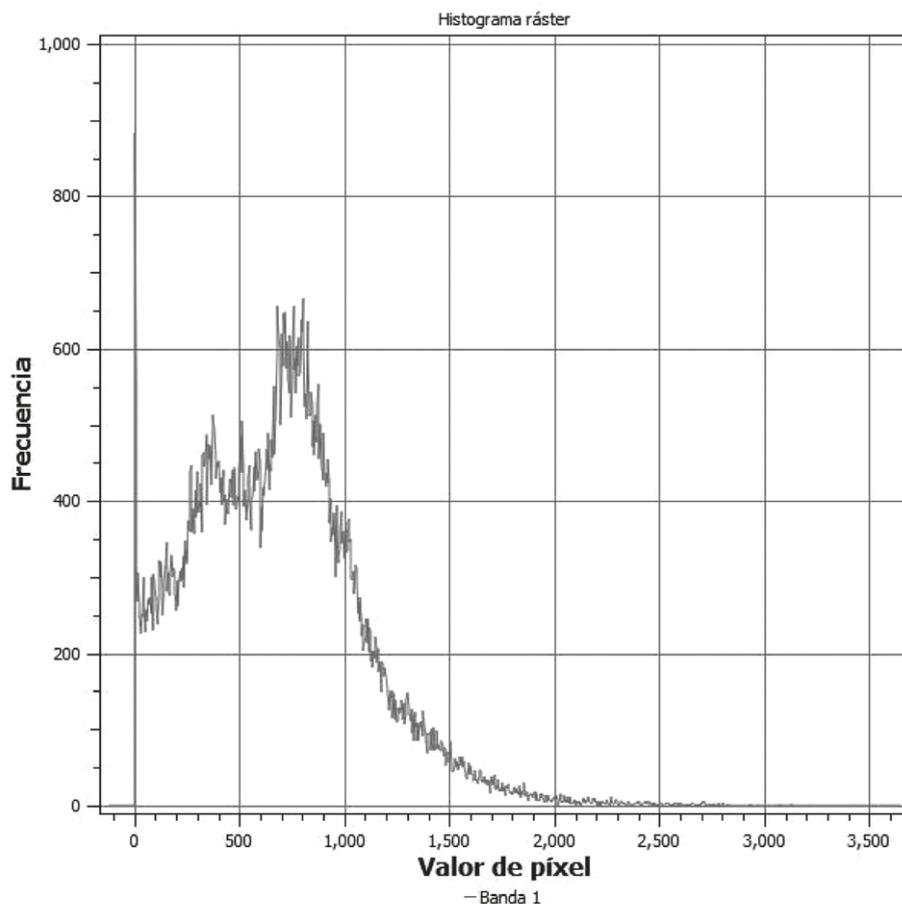


Figura 6. Histograma de la capa ráster de alturas de España (MDT200), mostrando un pico de frecuencias en las alturas de la Meseta. Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Sin embargo, el análisis no puede limitarse a la altura. Otro elemento fundamental en la definición de una montaña es la pendiente. La obligatoriedad de considerar la pendiente es aún mayor en un país cuya elevada altura media depende no de las cordilleras, sino del importante peso hipsográfico de la Meseta (figura 6).

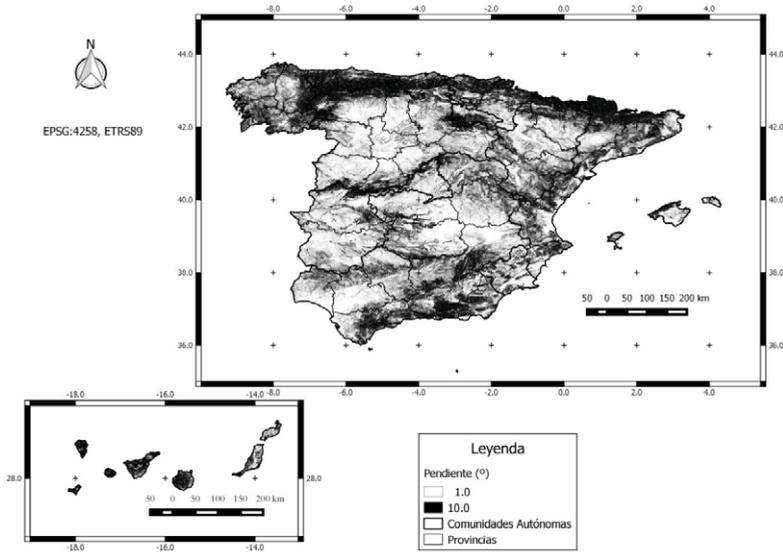


Figura 7. Mapa de pendientes (grados) (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

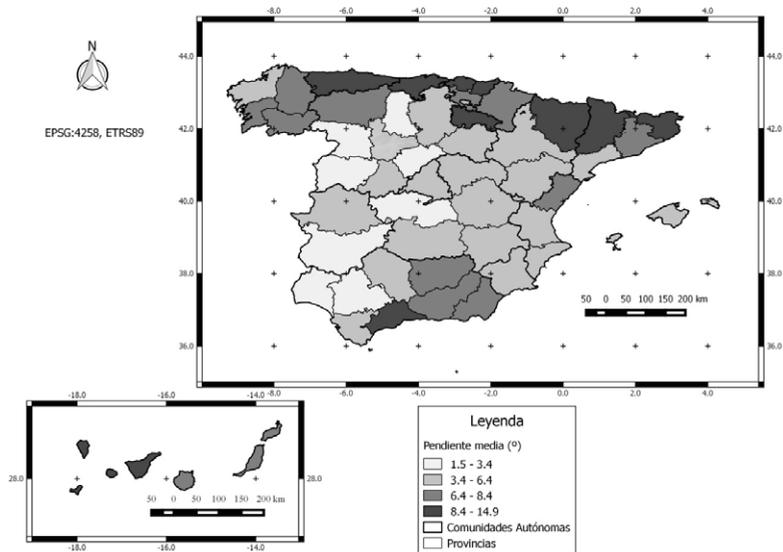


Figura 8. Mapa de pendientes (grados) por provincias (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Tabla v. Clasificación de las primeras diez provincias por pendiente media (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Provincias	CC. AA.	Pendiente (°)
Asturias	Asturias	14,91
Santa Cruz de Tenerife	Canarias	13,30
Guipúzcoa	País Vasco	13,11
Cantabria	Cantabria	12,06
Vizcaya	País Vasco	10,87
Lleida	Cataluña	10,66
Huesca	Aragón	9,16
Málaga	Andalucía	8,71
Gerona	Cataluña	8,62
La Rioja	Rioja, La	8,46

Los resultados muestran una distribución totalmente distinta (figuras 7 y 8 y tabla 5). Las provincias interiores pierden su supremacía y las pendientes más importantes se alejan de la Meseta y pasan a localizarse hacia la periferia, preferiblemente en el norte, reflejando tanto la tectónica alpina como la labor de rejuvenecimiento orográfico desempeñado por los glaciares. De las diez provincias con mayor pendiente, ocho se ubican en el norte, preferiblemente en las cordilleras Cantábrica y de los Pirineos. Solo La Rioja, con la sierra de la Demanda, una de las mayores elevaciones de la Cordillera Ibérica, escapa a ese dominio. La lista la completan Santa Cruz de Tenerife y sus empinados conos volcánicos y Málaga, famosa por su costa, pero con un interior montañoso que tiene en el «Caminito del Rey», recientemente reabierto, un nuevo atractivo turístico, además de una perfecta muestra de su elevada pendiente. Castellón, de nuevo, no hace honor a su fama y con

un valor medio de $7,40^\circ$, apenas la mitad que Asturias, queda en el puesto 19. Al menos mejora su posición y queda por encima del valor medio, total (5,76) y provincial (6,39).

QGIS permite obtener otro índice de la irregularidad del terreno (Riley, DeGloria y Elliot 1999). Las figuras 9 y 10 y la tabla 6 muestran los resultados obtenidos.

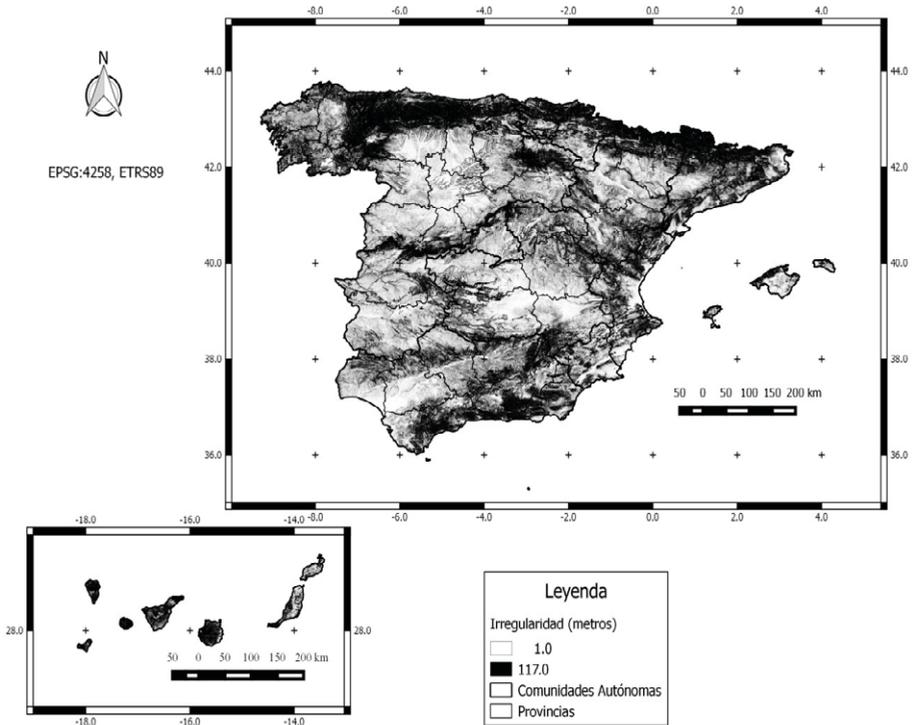


Figura 9. Mapa de irregularidad (metros) (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

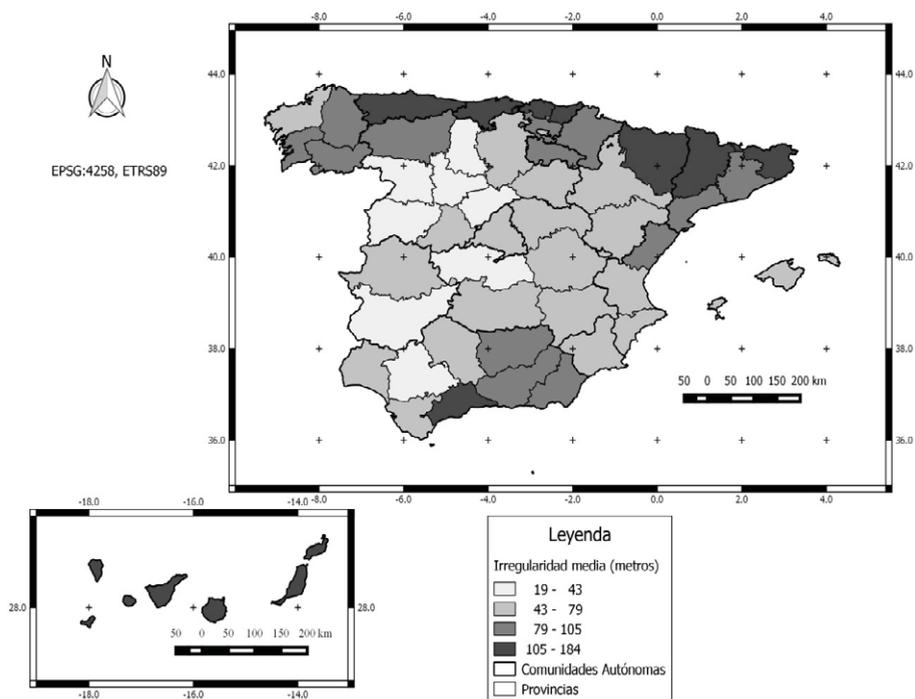


Figura 10. Mapa de irregularidad (metros) por provincias (MDT200).
Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Tabla vi. Clasificación de las primeras diez provincias por irregularidad media (MDT200)

Provincia	CC. AA.	Irregularidad
Asturias	Asturias	183,87
Guipúzcoa	País Vasco	164,21
Santa Cruz de Tenerife	Canarias	160,27
Cantabria	Cantabria	143,90
Vizcaya	País Vasco	135,18
Lleida	Cataluña	129,94
Huesca	Aragón	112,61

Provincia	CC. AA.	Irregularidad
Girona	Cataluña	108,18
Málaga	Andalucía	107,86
Las Palmas	Canarias	105,76

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia.

Las modificaciones son mínimas. Desaparece La Rioja y se incluye ahora la otra provincia canaria, también volcánica. Y hay un intercambio de puestos en la parte más alta de la clasificación. Guipúzcoa y Santa Cruz de Tenerife alternan su lugar, si bien Asturias se mantiene como la provincia más montañosa también por el índice de irregularidad. Una vez más Castellón queda fuera de las primeras diez provincias, aunque mejora su posición. Es la 16, con un promedio de 95,34 metros. La media total es de 71,50 metros y la provincial, 79,09.

La última de las posibilidades a la hora de analizar el carácter montañoso de un territorio, las provincias en este caso, hace referencia al porcentaje de superficie ocupados por montañas. Los promedios tanto de pendiente como de irregularidad permiten que zonas con valores muy elevados compensen otras con valores muy reducidos y, por tanto, sin carácter montañoso. Para ello, se ha calculado el porcentaje de territorio que cada provincia tiene por encima de un valor mínimo determinado. En el caso del índice de irregularidad el valor delimitador es 117 que marca la división entre las categorías de casi nivelado y ligeramente accidentado (Riley, DeGloria y Elliot 1999), tal como muestra la tabla 3. Para la pendiente, el límite de la montaña es más indefinido y se ha optado por escoger los 10°, que reflejan una configuración territorial parecida a la mostrada por la irregularidad con las características arriba descritas.

Las tablas 7 y 8 y las figuras 11 y 12 reflejan los resultados alcanzados y, como en los casos anteriores, tratan de destacar las diez provincias con los valores más elevados.

Tabla VII. Clasificación de las primeras diez provincias por porcentaje de territorio con pendiente superior a los 10°

Provincia	CC. AA.	% pendiente
Guipúzcoa	País Vasco	95,94
Santa Cruz de Tenerife	Canarias	95,89
Asturias	Asturias	93,60
Vizcaya	País Vasco	91,36
Cantabria	Cantabria	89,17
Orense	Galicia	84,14
Pontevedra	Galicia	83,27
Málaga	Andalucía	80,20
Barcelona	Cataluña	79,71
Jaén	Andalucía	78,56

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

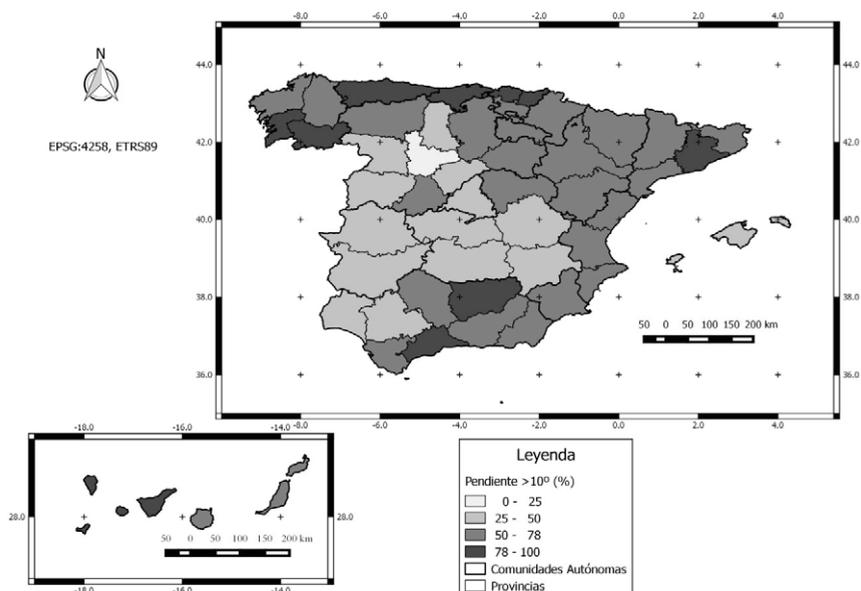


Figura 11. Mapa provincial por porcentaje de territorio con pendiente superior a 10° (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Tabla VIII. Clasificación de las primeras diez provincias por porcentaje de territorio con irregularidad superior a los 117 metros

Provincia	CC. AA.	% irregularidad
Guipúzcoa	País Vasco	98,35
Santa Cruz de Tenerife	Canarias	95,57
Asturias	Asturias	95,53
Vizcaya	País Vasco	94,18
Cantabria	Cantabria	91,06
Orense	Galicia	85,30
Pontevedra	Galicia	85,13
Barcelona	Cataluña	83,96
Málaga	Andalucía	82,39
Jaén	Andalucía	81,90

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia.

El valor del 78 % de territorio por encima de los 10° de pendiente marca el límite para entrar en las mejores diez posiciones. Hay cambios significativos, esperados porque la óptica del análisis es muy distinta. Aunque se mantienen las provincias cantábricas, desaparecen las pirenaicas, cuya representación pasa ahora a la provincia de Barcelona, cuyo territorio engloba sector pirenaico, además de la doble alineación de la Cordillera Costera Catalana. Entran, a su vez, las dos provincias meridionales gallegas, con las sierras prelitorales y las sierras interiores orensanas y por el sur, a Málaga se añade Jaén, en la que destacan los relieves de la Subbética. Guipúzcoa y Asturias alternan sus posiciones y pasan a ser la primera y tercera provincia respectivamente en cuanto a carácter montañoso. Por su parte, Castellón sigue sin aparecer en las posiciones punteras y el 75,20 % de su territorio con una pendiente superior a 10° le supone apenas el puesto 15.

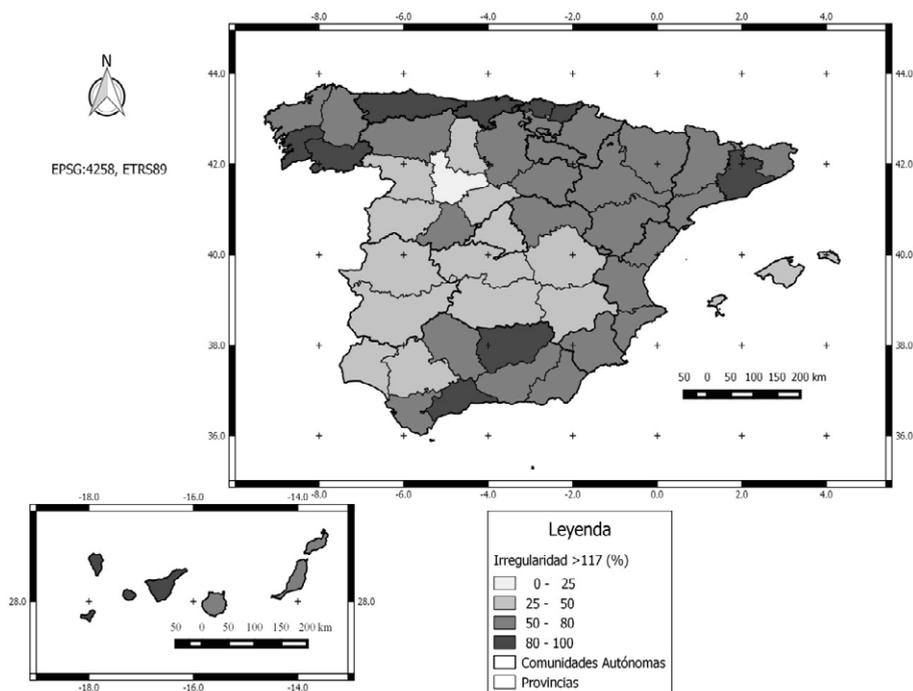


Figura 12. Mapa provincial por porcentaje de territorio con irregularidad superior a 117 metros (MDT200). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica, ArcGIS y elaboración propia

Los resultados son similares si clasificamos las provincias en base al territorio por encima de los 117 metros del índice de irregularidad. Como cambio más significativo, Castellón consigue su mejor clasificación y se sitúa en el puesto 13, gracias a un índice de 77,55. En ambos mapas (figuras 11 y 12) destaca la provincia de Valladolid, la única cuyo territorio por encima del umbral mínimo de pendiente e irregularidad no supera el 25 %. Un simple vistazo a los mapas de relieve (figura 2), pendiente (figura 7) e irregularidad (figura 9) permite identificarla como la única provincia que no cuenta dentro de su extensión con ninguna de las grandes cordilleras españolas.

4. CONCLUSIONES

El presente estudio deja bien a las claras que para nada Castellón es la segunda provincia más montañosa de España. En ninguna de las clasificaciones realizadas (altura, pendiente, irregularidad y porcentajes de territorio por encima de un umbral mínimo de pendiente e irregularidad) alcanza a entrar entre las diez primeras provincias. El estudio, por tanto, rompe con una afirmación que había devenido en lema turístico referente, aunque su base científica era de antemano bastante dudosa.

Las provincias dominantes en altitud media muestran una de las principales características del relieve español y es el elevado peso hipsográfico de la Meseta, de modo que excepto Granada, todas son provincias de interior, y la mayoría tienen su nivel de base en esta importante unidad geomorfológica. Al contrario, las pendientes reflejan aquellas provincias con cordilleras destacadas, básicamente, la Cantábrica, Pirineos y las Béticas, con altitudes por encima de los 2.000 metros que se precipitan al nivel del mar o depresiones bajas como las del Ebro y Guadalquivir. La realidad geográfica de las irregularidades medias es parecida, con la inclusión de las volcánicas provincias canarias. Por su lado, las provincias con mayor porcentaje de montañas en su territorio, definidas por un umbral mínimo bien de altitud bien de pendiente, suman representantes gallegas y otra andaluza, Jaén.

Por otra parte, nuestra investigación aporta argumentos para que Asturias y Guipúzcoa se disputen el primer puesto, la una por la verticalidad de sus relieves, la otra por el dominio de las montañas en su territorio. Asturias cuenta en su territorio con los Picos de Europa y el Macizo de Ubiña, las mayores elevaciones de la Cordillera Cantábrica, y por tanto donde los retoques glaciares han dejado mayores pendientes e irregularidad. Esta mayor presencia de valores elevados en ambos índices compensa las zonas costeras más llanas y la depresión prelitoral, donde destaca la cuenca de Oviedo. Asturias y sus más de 100 playas (Asturias. Paraíso Natural) contrastan con Guipúzcoa, donde apenas encontramos áreas llanas costeras. Las rasas de Zumaia o Zarautz, las rías de Deba y Orío, la Concha donostiarra y la desembocadura del Bidasoa son las contadas excepciones a una costa acantilada. El pequeño corredor Donostia-Irún completa el conjunto de áreas llanas. Guipúzcoa pertenece a lo que se ha dado en llamar Umbral Vasco, un sector de menor altitud, entre las cordilleras cantábrica y pirenaica, por tanto, sin retoque glaciar lo que disminuye su valor medio en pendiente e irregularidad, pero no le castiga en superficie por encima de umbrales mínimos.

Tal vez por eso, se deberían distinguir dos categorías en este geográfico premio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ArcGIS. *Comunidades Autónomas – ETRS89 UTM 30N*. <http://www.arcgis.com/home/item.html?id=5f689357238847bc823a2fb164544a77>. [Consulta: 19 de agosto de 2015].
- ArcGIS. *Municipios – ETRS89 UTM 30N*. <http://www.arcgis.com/home/item.html?id=2e47bb12686d4b4b9d4c179c75d4eb78>. [Consulta: 19 de agosto de 2015].
- ArcGIS. *Provincias – ETRS89 UTM 30N*. <http://www.arcgis.com/home/item.html?id=83d81d9336c745fd839465beab885ab7>. [Consulta: 19 de agosto de 2015].
- Asturias. Paraíso natural. *Playas*. <https://www.turismoasturias.es/descubre/costa/playas> [Consulta: 24 de noviembre de 2022].
- Cadena COPE. *Castellón, la segunda provincia más montañosa, ofrece 120 kilómetros de amplias y seguras playas* https://www.cope.es/emisoras/comunidad-valenciana/castellon-provincia/castellon/noticias/castellon-segunda-provincia-mas-montanosa-ofrece-120-kilometros-amplias-seguras-playas-20200719_807092 [Consulta: 1 de diciembre de 2022].
- Caramaps. *Castellón*. <https://www.caramaps.com/anuario/espagne/castellon/tankstelle?page=7%3Fpage%3D7> [Consulta: 15 de diciembre de 2022].
- CEEI – Centro Europeo de Empresas e Innovación de Castellón. *Emprende en el interior de Castellón*. <https://ceeicastellon.emprenemjunts.es/?op=8&n=28213> [Consulta: 10 de septiembre de 2022].
- Centro Nacional de Información Geográfica. *Centro de descargas – Modelo digital del terreno MDT200*. <http://centrodedescargas.cnig.es/CentroDescargas/> [Consulta: 30 de julio de 2015].
- Centro Nacional de Información Geográfica. *Centro de descargas – Líneas límite municipales*. <http://centrodedescargas.cnig.es/CentroDescargas/> [Consulta: 30 de julio de 2015].
- Comunitat Valenciana. *Castellón Mediterráneo*. <https://www.comunitatvalenciana.com/es/castello-castellon> [Consulta: 5 de septiembre de 2022].

- Demangeot, Jean. 1989. *Los medios naturales del globo*. Colección de Geografía. Barcelona: Masson.
- Diputació de Castelló. *Castelló, ruta de sabor. El territorio*. <https://castellorutadesabor.dipc.es/es/territorio.html> [Consulta: 1 de diciembre de 2022].
- Diputació de Castelló. *El interior*. <https://castellorutadesabor.dipc.es/es/territorio.html> [Consulta: 1 de diciembre de 2022].
- Dirección General de Aviación Civil. 2020. *Tráfico en los aeropuertos españoles, 2019*. https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/listado/recursos/trafico_en_los_aeropuertos_espanoles_-_2019.pdf [Consulta: 1 de diciembre de 2022].
- El Confidencial Digital. «El aeropuerto de Castellón es noticia». <https://www.elconfidencialdigital.com/opinion/javier-arnal/aeropuerto-Castellon-noticia/20150311203452108009.html> [Consulta: 15 de diciembre de 2022].
- El Periòdic. «Top 10 de las mejores rutas de Castellón para disfrutar en familia». https://www.elperiodic.com/pcastellon/mejores-rutas-castellon_736885 [Consulta: 5 de septiembre de 2022].
- El Periódico Mediterráneo. «Castellón: un paraíso con vistas para la escalada». <https://www.elperiodicomediterraneo.com/castello-provincia/2022/02/06/castellon-paraíso-vistas-escalada-62345921.html> [Consulta: 5 de septiembre de 2022].
- Finch, Vernon C. y Glenn T. Trewartha. 1942. *Elements of Geography. Physical and Cultural*. Nueva York-Londres: McGraw Hill Book Company. Series in Geography.
- Gasma. *Castellón. Información general*. <https://www.gasma.es/campus-gastronomico/castellon/> [Consulta: 5 de noviembre de 2022].
- George, Pierre (dir.). 2007. *Diccionario Akal de Geografía*. Akal / Básica de Bolsillo. Madrid: Ediciones Akal.
- Gran Casino Castellón. *Castellón*. <http://www.grancasinocastellon.com/castellon/> [Consulta: 10 de septiembre de 2022].
- Horn, Berthold K. P. 1981. «Hill shading and the relectance map». *Proceedings of the IEEE* 69 (1): 14-47.
- Instituto Geográfico Nacional. *Geodesia. Sistemas Geodésicos de Referencia*. <http://www.ign.es/ign/layoutIn/actividadesGeodesiaStmagd.do>. [Consulta: 25 de agosto de 2015].
- Instituto Geológico y Minero de España. *Cartografía del IGME*. <http://info.igme.es/cartografia/> [Consulta: 8 de septiembre de 2015].

- INE - Instituto Nacional de Estadística. *Relación de municipios y códigos por provincias a 01-01-2010*. <http://www.ine.es/daco/daco42/codmun/codmun10/10codmunmapa.htm> [Consulta: 13 de agosto de 2015].
- Hertz. *Los pueblos de montaña de Castellón*. <https://www.hertz.es/p/hertz-together/los-pueblos-de-montana-de-castellon> [Consulta: 10 de octubre de 2022].
- Onda Cero. *Suera: un museo al aire libre*. https://www.ondacero.es/emisoras/comunidad-valenciana/castellon/noticias/suera-museo-aire-libre_2022080562ecc25f8d51040001d0d238.html [Consulta: 24 de noviembre de 2022].
- Pinandtravel. *Las 9 cosas que no sabías de Valencia, Castellón y Alicante*. <https://www.barcelo.com/pinandtravel/es/dia-de-la-comunidad-valenciana-que-ver-en-valencia/> [Consulta: 24 de noviembre de 2022].
- QGIS. *QGIS desktop user guide/manual (QGIS 3.22). Ruggedness index*. https://docs.qgis.org/3.22/en/docs/user_manual/processing_algs/qgis/rasterterrainanalysis.html?highlight=terrain#ruggedness-index [Consulta: 25 de febrero de 2023].
- Riley, Shawn J., Stephen D. DeGloria y Robert Elliot. 1999. «A terrain Ruggedness index that quantifies topographic heterogeneity». *Intermountain Journal of Sciences* 5 (1-4): 23-27.
- RTVE – Radio Televisión Española. *Viajamos a Castellón: ‘Caminos de mar y silencio’*. <http://www.rtve.es/television/20141106/viajamos-castellon-caminos-mar-silencio/1043261.shtml> [Consulta: 13 de octubre de 2022].
- Rurismo. *Localidades y pueblos con encanto en Castellón*. <https://www.rurismo.com/pueblo/castellon/> [Consulta: 5 de septiembre de 2022].
- Turismo de Castellón. *El Interior*. <https://www.turismodecastellon.com/es/que-hacer/interior> [Consulta: 1 de diciembre de 2022].
- Universitat Jaume I. *Com arribar al campus de la Universitat Jaume I*. <https://www.uji.es/institucional/uji/localitzacio/campus/> [Consulta: 5 de septiembre de 2022].
- Zevenbergen, Lyle W. y Colin R. Thorne. 1987. «Quantitative analysis of land surface topography». *Earth surface processes and landforms* 12: 47-56.

IMPRONTA DE LA FUNCIÓN TURÍSTICO-RESIDENCIAL EN EL PAISAJE COSTERO DE LA PLANA DE CASTELLÓ: TRES EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

JOSÉ SANCHO COMÍNS
Universidad de Alcalá

Palabras clave: Paisaje, turismo, cartografía y ortofotografía.

Keywords: Landscape, Tourism, Cartography and Orthophotography.

1. INTRODUCCIÓN

Tuve una gran amistad con el profesor Diego López Olivares. Durante muchos años nos vimos con frecuencia; unas veces, en mi casa de Almassora, donde, sentados junto a mi anciana madre, charlábamos sobre proyectos que íbamos a emprender conjuntamente en el marco del Atlas Nacional de España (ANE) que yo dirigía; otras veces, me acercaba a Oropesa del Mar a pasar la tarde en su casa o dar un paseo en barco por nuestro querido Mediterráneo; las más de las veces, trabajábamos en su Laboratorio de Planificación Turística de la UJI revisando los mapas que iban a ilustrar sus colaboraciones en el ANE.

El profesor López Olivares fue un universitario cabal. A su competencia profesional se unía un talante humano acogedor y generoso. Ha sido uno

de los especialistas en geografía turística más prestigiosos de España y con un amplio reconocimiento internacional. Pero, su empatía superaba lo meramente académico y se adentraba en lo más íntimo de la persona. Vivió su enfermedad de modo ejemplar, desplegando siempre un ambiente positivo a su alrededor; nunca dejó entrever queja alguna, más bien transmitió entusiasmo a quienes tuvo cerca.

Tres han sido los criterios que me han guiado para preparar esta colaboración para su libro homenaje. En primer lugar, que el tema estuviera relacionado con el turismo; en segundo lugar, que el ámbito de aplicación fuera algún entorno de esta tierra, la provincia de Castellón, a la que Diego tanto estimaba; por último, que en esta modesta participación se utilizaran de manera priorizada los recursos de expresión gráfica y cartográfica que tanto estimaba el profesor López Olivares.

Por tanto, no es lo que yo pueda aportar de nuevo al conocimiento científico de un aspecto bien estudiado por muchos especialistas, sino el empeño por sintonizar con las inquietudes que sostuvieron el trabajo cotidiano de la persona a la que homenajeamos. Centraré mi propósito en la afección que la actividad turístico-residencial ha provocado en el paisaje. Este se va modelando en función de las decisiones que la comunidad humana toma sobre el tipo de aprovechamiento que le atribuye. La imagen paisajística de un determinado entorno se convierte así en la mejor expresión visual de los impactos que el devenir natural y humano le depara. Veamos, pues, algunos ejemplos ciertamente ilustrativos de la evolución vivida en algunos entornos de la franja costera de la Plana de Castelló como consecuencia del empuje de la función turístico-residencial que, a partir de mediados de la anterior centuria, se implantó.

2. LA ACCIÓN HUMANA CREA Y TRANSFORMA EL PAISAJE

La ciencia del paisaje cuenta hoy con un cuerpo teórico-conceptual muy bien fundamentado. Junto a ello, se ha desarrollado un amplio abanico de metodologías para abordar con el debido rigor científico los temas propios de esta especialidad que siempre ha estado muy ligada al propósito esencial de la geografía: describir y explicar las características geográficas de la superficie terrestre en su diversidad morfológica y funcional.

El paisaje, en ese sentido, se convierte en una ocupación prioritaria de los geógrafos y también de otros científicos concurrentes en el estudio del territorio y la sociedad que lo ocupa. Se dice que el paisaje es sinónimo de imagen, pero una imagen que atesora una herencia de inconmensurable valor en su seno. Esa imagen nada tiene que ver con algo inerte, fosilizado y sin vida; más bien, es manifestación de energías que, estando subyacentes, afloran en superficie una vez impulsadas por la acción de la comunidad humana. Bien se sabe que ésta no siempre lo ha hecho con acierto, por eso, en el paisaje no resulta extraño que convivan huellas atribuibles a las buenas prácticas, que hasta han resultado ennobecedoras de la propia condición natural del recurso manejado, junto a improntas negativas provocadas por una gestión deficiente o inadecuada.

El estudio del paisaje, como tantos investigadores han insistido, no se limita a la mera descripción de la imagen que caracteriza a un territorio. Por más minuciosa que ésta fuera, no tendría sentido sin la necesaria explicación científica. Lo superficial lleva irrevocablemente a lo profundo. La imagen del paisaje está hecha de formas, líneas, colores y texturas. Estos atributos sirven para caracterizar morfológicamente esa piel que recubre los territorios. El investigador no puede retirar su mirada de esa imagen, no pocas veces subyugante, y siempre dotada de un sobresaliente interés, una vez toma contacto *in situ* con el territorio objeto de estudio. Escrutarse el paisaje morfológico adquiere pleno sentido en cuanto conduce necesariamente a la formulación de preguntas que guiarán, después, la búsqueda de hechos y razones que hagan posible una mejor inteligencia de lo observado.

Con relación al objeto concreto de nuestro trabajo, la indagación de las decisiones humanas que dieron origen al paisaje turístico-residencial de los tres ejemplos elegidos de la franja costera de la Plana de Castelló será más fácil si la inspección y descripción de las imágenes resultantes son reflexivas y pausadas. La inteligencia penetrará, de este modo, en el entramado de factores que contribuyeron a su conformación en el pasado y a su mantenimiento en vivo en el momento actual. Ese primer momento meramente descriptivo debe guardar los pasos prescritos por la metodología empleada con el fin de otorgar el rigor debido a la descripción y evite valoraciones sesgadas que acaben en un relato puramente subjetivo.

Extenso ha sido el debate entre quienes piensan que el paisaje posee una entidad propia al margen de la percepción vivida o tenida por los que lo contemplan y aquellos que defienden que el paisaje solo adquiere plena condición cuando es mirado y vivido por alguien. Entre los primeros se podría

citar a los funcionalistas; estos ven una relación directa y plena entre la imagen paisajística de un determinado territorio y la función o funciones que la comunidad humana solicitó en el pasado y lo hace en la actualidad a tenor de los recursos potenciales de ese territorio y las necesidades de aquella. Podría decirse que, para éstos, el paisaje tiene vida propia una vez humanizado, una vida cambiante ciertamente, pero autónoma.

El segundo grupo de los estudiosos del paisaje se sitúa al amparo de un postulado más personalista. Podrían decir: el paisaje lo es en la medida en que es percibido; es la mirada de quien lo contempla la que otorga plena identidad al paisaje. Son los cultivadores de la geografía de la percepción quienes se alinean en esta opción, además de otros muchos como los escritores y artistas en general que han trasladado magistralmente sus vivencias ante el paisaje en obras literarias o pictóricas de altísimo valor creativo y estético. El paisaje, por tanto, no solo es lo que «está ahí», sino también lo que «está en mí».

Desde mi modesto parecer, esas dos opciones aparentemente opuestas no se autoexcluyen, más bien son complementarias. El valor cultural, incluso, en algunas ocasiones, identitario, del paisaje es reconocido por parte de todos. La vía científica no deja de tener en cuenta valoraciones patrimoniales que enlazan con el sentir social; de la misma manera, quien contempla el paisaje como imagen bella, cuando es el caso, entiende perfectamente el interés de los científicos por conocer su origen y evolución de una manera objetiva y, en cierto modo aséptica, para mejor conservarlo y proponer medidas pertinentes para mitigar impactos negativos sobre el mismo.

No cabe duda que la función turístico-residencial ha sido en las últimas décadas uno de los factores clave para entender determinadas transformaciones que se han producido en el paisaje, sobre todo en entornos muy concretos del ámbito costero. Cabe señalar que el paisaje siempre acogió esa función residencial ligada al descanso y recreación de la comunidad humana; no es, por tanto, cosa ajena y desconocida para el mismo. Sí es una novedad la envergadura y celeridad de la implantación de esta solicitud en determinados territorios hasta convertirse en eje rector de los cambios experimentados por su paisaje. Los ejemplos que se presentan a continuación son bien elocuentes al respecto.

3. ALGUNOS EJEMPLOS DE TRANSFORMACIÓN PAISAJÍSTICA POR EL IMPACTO DE LA FUNCIÓN TURÍSTICO-RESIDENCIAL EN LA PLANA DE CASTELLÓ

No puede ser entendida como una novedad el cambio de la imagen paisajística de la Plana de Castelló. A lo largo de la historia, *l'horta* y el *secà*, los asentamientos humanos situados en ella, las vías de comunicación entre ellos, así como las arterias alóctonas que la atraviesan, han experimentado alteraciones muy significativas que han hecho mutar su paisaje de modo ostensible. La vida, que siempre le animó, determinó en el pasado el afloramiento continuo de apariencias y figuraciones nuevas que se fueron superponiendo unas a otras; se conformó así ese legado tradicional, siempre dotado del vigor necesario para acoger la innovación, que ha llegado hasta nuestros días.

La aplicación de una perspectiva dinámica en el estudio del paisaje es muy apropiada para entender la sucesión de los «nuevos paisajes» que van apareciendo; el hallazgo de su perfil genético resulta esencial para encontrar las raíces que hicieron posible el cambio. Afortunadamente contamos con fuentes cartográficas y analógicas para llevar a cabo esa reconstrucción. Nos servimos para ello del fondo documental existente en el Instituto Geográfico Nacional, tanto para entresacar los mapas topográficos apropiados, como las imágenes obtenidas por plataformas aerotransportadas.

El establecimiento de un espacio temporal en el que se desea visualizar la evolución vivida por el paisaje es la primera decisión a tomar; en nuestro caso, el objetivo es mostrar el contraste entre un paisaje propio a una sociedad agraria tradicional de mediados del siglo XX, frente a otro correspondiente a un momento de fuerte demanda de espacios turístico-residenciales junto al mar, muy acorde esta solicitud por la dominante localización de la población en centros urbanos.

La elección de las imágenes representativas de ese contraste obliga a referirlas a un determinado momento. En relación a los mapas, se escogieron las ediciones más antiguas del Mapa Topográfico Nacional a escala 1:50.000 del Instituto Geográfico Nacional (IGN) correspondientes a las hojas 616 (Villafamés) y 641 (Castellón de la Plana) de 1942 y la hoja 669 (Moncófar) de 1940 para sonsacar de ellas, respectivamente, las ventanas de Benicàssim, Almassora y Moncofa; por otra parte, para obtener la versión cartográfica más reciente se acudió a la actualización de 2020 de la Base Topográfica Nacional a escala 1:25.000 del mismo IGN, repitiendo el trabajo

de seleccionar idénticas ventanas para los tres ejemplos. Respecto a las imágenes aéreas que muestran el paisaje en el momento anterior a la llegada del impulso urbanizador, se tomaron las ortofotos del vuelo realizado por el *Army Map Service* de los EE. UU. entre enero de 1956 y noviembre de 1957 en blanco y negro a una escala aproximada de 1:32.000 para obtener de ellas las mismas ventanas ya delimitadas por los recintos cartográficos. Para representar el estado del paisaje de esas mismas ventanas en el momento más cercano a la actualidad se acudió a la información contenida en las ortofotos más recientes (2018) y disponibles del Plan Nacional de Ortofotografía Aérea (PNOA) del mismo IGN.

La segunda elección que debía hacerse era la de los ejemplos concretos por tratar. Se escogieron tres: Benicàssim, Almassora y Moncofa. Con ello no se agota, naturalmente, la exposición exhaustiva de todo lo ocurrido en la franja costera de la Plana de Castelló, pero sí es una buena muestra de ello. Los ejemplos, por tanto, se entienden como representativos y de ellos se puede inferir el comportamiento general de un ámbito geográfico mayor. Cada uno de esos ejemplos cuenta, consecuentemente, con dos mapas topográficos con una diferencia temporal de setenta y ocho años y dos imágenes aéreas distantes entre ellas sesenta y dos años. Las ventanas abiertas en las fuentes originales, centradas en las áreas que han sufrido los cambios paisajísticos más significativos, tienen tamaños diferentes en cada caso, si bien en la reproducción que se hace en esta colaboración se ha igualado la dimensión de la base, ajustándola a la caja de impresión; por tanto, la escala no es la correspondiente a la original de la fuente, ni tampoco es la misma en los tres ejemplos estudiados, aunque, obviamente, sí que guarda equiparación en los dos mapas y las dos ortofotos de cada uno de los ejemplos por separado. Esta misma metodología ha sido utilizada en diversas ocasiones por nuestra parte y pueden constatarse los resultados obtenidos en las referencias bibliográficas que se citan (Sancho Comíns y Chuvieco Salinero 1986, Sancho Comíns et al. 1996, Sancho Comíns et al. 2003, Sancho Comíns et al. 2011, Sancho Comíns y Reinoso Moreno 2013).



Figura 1. Benicàssim, Almassora y Moncofa en la Plana de Castelló.

Fuente: Fragmento del mapa autonómico en edición impresa generado a partir del fichero digital a descarga «Comunidad_Valenciana-2016-cns.zip» del Centro Nacional de Información Geográfica

La primera de las ventanas, centrada en Benicàssim, exhibe, de entre los tres ejemplos, la transformación más significativa por la extensión territorial del impacto sufrido en su paisaje. A mediados del pasado siglo, el paisaje dominante

manifestaba las claves de una organización tradicional del territorio sustentada, básicamente, por el aprovechamiento agrario de sus recursos propios. El asentamiento histórico de Benicàssim está situado al pie de la sierra del Desierto de las Palmas, a una altitud de quince metros sobre el nivel del mar y a una distancia de un kilómetro de la línea de costa; como el resto de los núcleos poblados en la Plana de Castelló, guardó una prudente lejanía de los aledaños del mar donde la salubridad era más precaria por la existencia de áreas encharcadas –los marjales– proclives a convertirse en focos palúdicos. Sobre los glaciares constituidos por los depósitos detríticos arrancados por los torrentes a las montañas situadas al norte y noroeste se expandía un secano con cultivos leñosos, vides y almendros, que dejaba paso a otro de olivos y, sobre todo, algarrobos en los ribazos más cercanos a las laderas de las sierras. La garriga mediterránea, en la que sobresale la presencia del palmito (*Chamaerops humilis*) que da nombre a la propia sierra, y los pinares de pino rodeno (*Pinus pinaster*) cubrían las areniscas rojas del triásico, que dan cobijo, a su vez al convento carmelitano del Desierto de las Palmas. Junto al mar, en su extremo norte, se alineaban Las Villas, un premonitorio embrión turístico-residencial que ya gozaba de más de medio siglo de vida. En su área meridional, el marjal, *aiguamolls* con un manto freático muy a flor de superficie, era compartido con su vecino Castelló y, saneado convenientemente, se dedicaba al arrozal en su parte más profunda y a las hortalizas a medida que el suelo quedaba liberado de la inmediatez del agua subterránea.

Así pues, el paisaje quedaba conformado por seis teselas: el espacio edificado, integrado por el núcleo histórico de Benicàssim y la estrecha franja ocupada por las villas situadas en el extremo septentrional de la línea de costa; el secano leñoso de viñedos y almendros; el marjal dedicado al cultivo de arroz; los secanos abancalados con olivos y algarrobos en las primeras rampas de la sierra del Desierto de las Palmas; y, por último, una tupida garriga con importante presencia del bosque de coníferas en la parte serrana propiamente dicha.

Los 2.009 habitantes que poblaban Benicàssim según el censo de la población de 1960 habían heredado un paisaje forjado a lo largo de siglos en el que solo cabía señalar como novedad la incipiente función turístico-residencial de Las Villas. La comunidad humana seguía aferrada a las condiciones potenciales que la tierra les ofrecía para su manejo agrícola y forestal; hasta el último rincón estaba custodiado con esmero con el fin de sonsacar lo más posible para satisfacer las necesidades locales. Un paisaje que, en su diversidad morfológica y funcionalidad productiva, aparentaba integración y un cierto equilibrio al haber encontrado una adecuación bastante ajustada entre las posibilidades que

ofrecían la condición de sus recursos naturales y el papel que la comunidad humana le había adjudicado.

Esta percepción, que hace pensar en un estado durable de las piezas del mosaico paisajístico, cabe matizarla con el fin de no caer en un juicio apresurado de que esa era la situación más óptima para la comunidad humana y el propio paisaje. La precariedad estaba presente y los riesgos de ruptura de aquel equilibrio eran muy elevados; pronto se iba a ver que un nuevo horizonte se abría, al tiempo que se dejaba atrás lo que durante siglos sustentó la vida de aquel paisaje tradicional.

Entrada la década de los años sesenta de la anterior centuria, se va a producir un giro radical en el territorio comprendido en este primer ejemplo. El nuevo modelo productivo en España, sostenido ahora por la acelerada industrialización del país, al mismo tiempo que el viejo sistema agrario tradicional entraba en crisis, provocó que una buena parte de la población tomara la decisión de salir del campo y trasladarse a los centros urbanos donde el empleo, las oportunidades de ascenso social y un mejor acceso a los servicios en general eran más halagüeños.

Una de las manifestaciones de este «nuevo tiempo» es la demanda creciente por parte de esa población asentada mayoritariamente en las ciudades de espacios recreativos junto al mar. Benicàssim poseía ese recurso solicitado y contaba con el embrión de Las Villas como núcleo inicial de la nueva orientación que va a tomar la funcionalidad de su territorio. A lo largo de los últimos setenta años se irá consolidando esa opción hasta configurarse la imagen paisajística que hoy conocemos y reflejan con claridad, tanto el mapa como la imagen del PNOA.

Detrás de ambas imágenes se esconde un número de variables sociales y económicas que impulsaron la transformación habida. Basta citar que la población empadronada alcanza los 19.991 habitantes en 2.021, lo que significa multiplicar por veinte la población de 1960. Estos residentes se distribuyen en el término municipal de manera dispersa, concentrando el núcleo histórico 5.592 (el 29,5 %) y el resto en los diferentes parajes (Cuadro Santiago, 927; Mas dels Freres, 8.067; Las Villas, 2.658) y el resto en las urbanizaciones de Montornés, Las Palmas, La Parreta y El Refugio. Cabe añadir que el censo de 2011 registra el dato de 20.943 viviendas de las que 13.752, el 65 %, son no principales (secundarias más vacías).

Al margen de poder abundar en un abanico más extenso de información estadística, merece la pena observar con detenimiento las dos imágenes que ilustran el cambio operado. La tesela que se refiere al espacio edificado se convierte en elemento rector, al mismo tiempo que el secano leñoso va desapareciendo hasta

quedar en una mera manifestación testimonial (son ya un recuerdo las vides moscatel y los almendrales sobre los glaciares, aunque cabe señalar la introducción de nuevos cultivos como el granado con el apoyo de riego localizado). Los garrobales y olivares a pie de sierra han sido sustituidos por urbanizaciones y el arroz dejó de cultivarse en el Cuadro desde el mismo momento en que la presión urbanística y la exigencia de mayor salubridad por parte de los residentes empujaron a ello. La pieza forestal de la sierra del Desierto fue declarada parque natural en 1989 por sus valores naturales, paisajísticos e histórico-patrimoniales, entre los que destaca la espiritualidad carmelitana muy emparentada con el reconocimiento del sentido trascendente de la belleza de la creación. La sierra del Desierto es un retablo que engrandece el entorno de Benicàssim, a la vez que pulmón reconstituyente y mirador excelente de la Plana septentrional. No obstante, este privilegiado paraje no está exento de riesgos como bien muestran los incendios forestales acaecidos en 1985 y 1992 que supusieron el quebranto de su valiosa cubierta vegetal.

Emitir un juicio sobre la bondad del cambio funcional y su correspondiente transformación paisajística no corresponde a este sencillo trabajo. Tan solo se ha querido dejar constancia de los hechos a través de las imágenes elocuentes que ilustran este primer ejemplo.

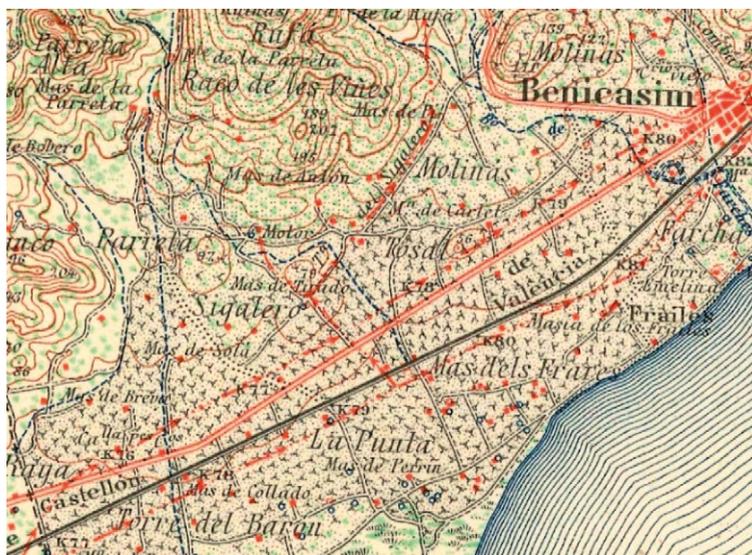


Figura 2. Fragmento del Mapa Topográfico Nacional n.º 616 a escala 1:50.000, Instituto Geográfico Nacional (1942). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica.



Figura 3. Fragmento del mosaico de ortofotos del «Vuelo Americano» de 1956-57 a escala original de 1:32.000. Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

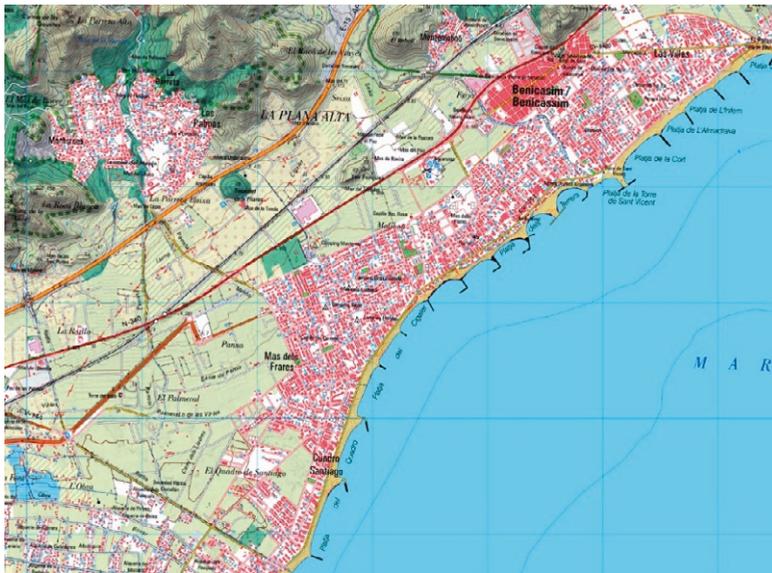


Figura 4. Fragmento de la cartografía ráster a escala 1:25.000 de la Base Topográfica Nacional BTN25 actualizada a 2020.

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

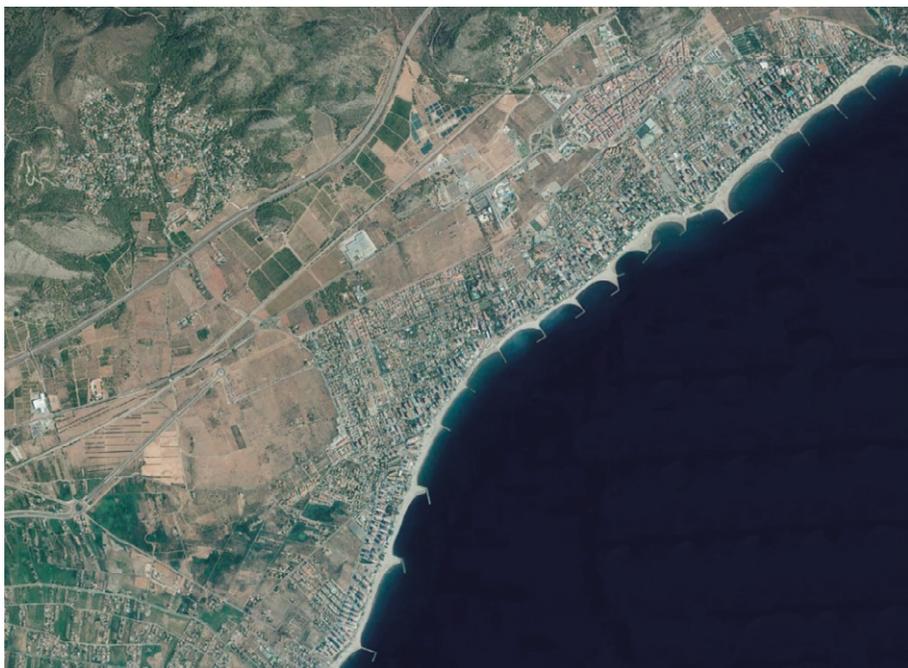


Figura 5. Fragmento del mosaico de 2018 del Plan Nacional de Ortofotografía Aérea (PNOA). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

La segunda ventana que se ha seleccionado como manifestación de los cambios experimentados por el paisaje en la franja costera de la Plana se corresponde a la mitad oriental del término municipal de Almassora. No es comparable la entidad del cambio vivido en este caso al que acabamos de describir en el anterior ejemplo. La significación territorial es menor, aunque tiene un trasfondo común.

Almassora es un asentamiento humano fuertemente enraizado en su terruño y durante siglos se comportó como una célula más de ese tejido de poblamiento que vitalizó la Plana de Castelló. La imagen correspondiente a 1956 es muy expresiva del tradicional paisaje creado y mantenido durante siglos: un parcelario geométrico de traza rectangular en su mayor parte, orientado predominantemente de oeste a este y entreverado de caminos y acequias; una ausencia total de espacios forestales; y todo ello acompañado por una proliferación de casas dispersas –las alquerías– que eran mayormente ocupadas durante el verano. El núcleo histórico con 10.168 habitantes en

1960, situado a 31 metros de altitud sobre el nivel del mar y a una distancia de 5,5 kilómetros del mar, otorgaba vida y forma a ese paisaje heredado de generaciones anteriores.

Almassora vivía de espaldas al mar. El paisaje se resumía en tres teselas de rasgos bien definidos: el espacio edificado, que coincide con el asentamiento humano en el que se puede distinguir su núcleo histórico medieval con el típico plano en damero con dos calles paralelas más largas y otras ocho transversales y el ensanche de traza geométrica que se irá rellenando de viviendas a lo largo del siglo xx; al este, l'*horta* con una densa red de caminos y sendas que entrelazó unas parcelas de cultivo con otras y todas ellas con el asentamiento habitado; a ello se unía una ramificación de canales y acequias que hizo posible la distribución del agua derivada del azud situado en el río Mijares; por último, la línea de costa en la que una playa de arena bien formada con un cordón de dunas sobre las que algunos pinos, cañaverales y no pocos cipreses apantallaban las parcelas de cultivo más cercanas al mar, protegiéndolas del *gregal*; unas pocas casas en la playa de La Torre eran utilizadas por los escasos «veraneantes» que habían elegido este entorno para su descanso.

La llamada del mar, como recurso turístico-recreativo, despierta con fuerza a partir de los años sesenta del siglo pasado. La playa se ve frecuentada por un número creciente de bañistas, se construyen villas, apartamentos y adosados y se va consolidando esta nueva función residencial que para bastantes personas incluso será de habitación permanente. Surge un nuevo espacio edificado junto al mar donde antaño su condición era de «repulsiva». Almassora multiplica sus habitantes hasta alcanzar los 26.878 habitantes en 2021 de los que 2.702 habitantes, el 10 %, están domiciliados en el distrito marítimo; de las 15.196 viviendas censadas en 2011, solo 4.986 lo son como no principales, apenas un tercio. Este despegue no obedece solo al impulso turístico-residencial de su franja costera; el importante crecimiento de la actividad fabril en el municipio, muy ligado a la bien asentada industria de la cerámica, es el que ha desempeñado el principal motor del crecimiento demográfico del municipio.

En suma, esa transformación paisajística a la que se acaba de hacer alusión, queda bien patente en el mapa topográfico del Instituto Geográfico Nacional correspondiente a la edición de 2020, como también lo es la ventana extraída de la información suministrada por las imágenes obtenidas por el PNOA.

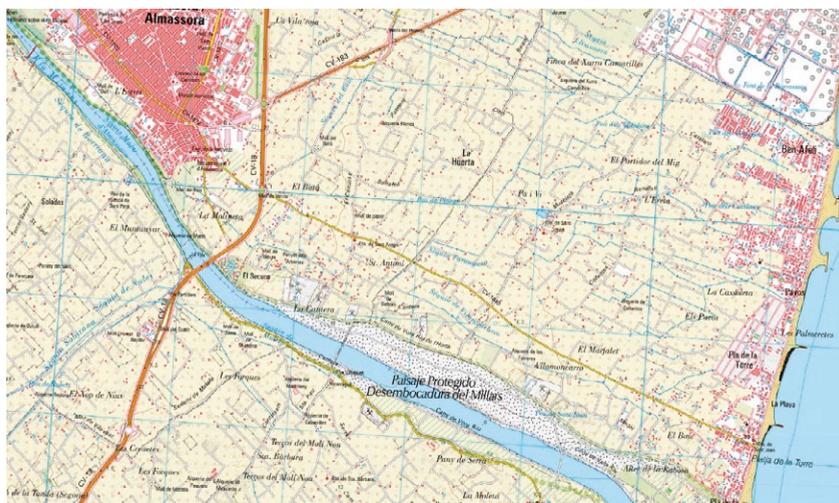


Figura 8. Fragmento del mapa generado a partir del proceso «mapaBTN25» por el que se obtiene de forma automática la cartografía ráster a escala 1:25.000 a partir de la información de la Base Topográfica Nacional BTN25 actualizada a 2020. Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

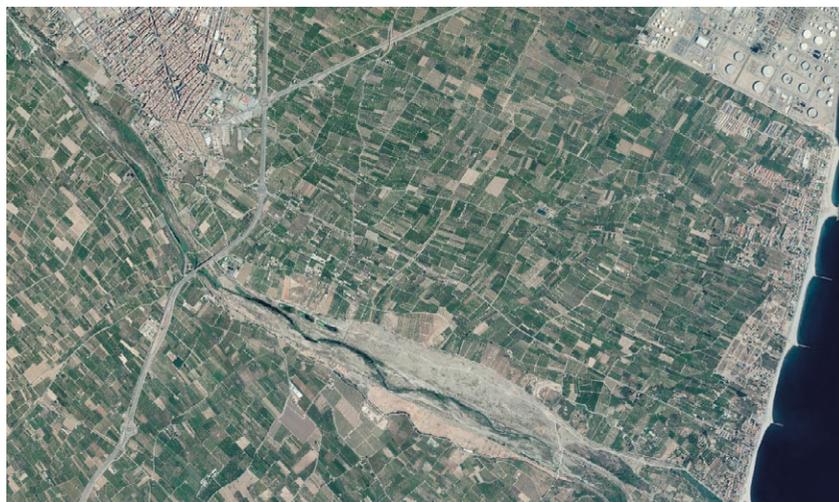


Figura 9. Fragmento del mosaico más reciente (2018) y disponible en la información contenida en el Plan Nacional de Ortofotografía Aérea (PNOA). Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

Para finalizar, se muestra un tercer ejemplo. La ventana que se ha abierto en la franja costera de la Plana tiene como asentamiento rector a Moncofa. En este municipio, al margen de algunas alquerías dispersas en su término municipal, tradicionalmente se diferenciaban dos núcleos habitados, el que hacía de cabecera del municipio, emplazado a ocho metros de altitud sobre el nivel del mar y a una distancia de 1,5 kilómetros de la línea de costa, y el Grao, un conjunto de casas situadas en las cercanías del mar. El censo de 1960 registraba un total de 3.252 habitantes para el conjunto del municipio.

La función agrícola modeló un paisaje de morfología parcelaria regular con un dibujo contrastado entre la mitad occidental del término, con parcelas más grandes y con una fuerte presencia de formas cuadrangulares, y la mitad oriental donde las parcelas longueras se alinean de noroeste a sureste, y forman agrupaciones delimitadas por caminos transversales que siguen una dirección noreste a suroeste que dan fácil acceso a cada una de las parcelas. Moncofa participa del marjal, que más al sur toma protagonismo en los municipios de Xilxes, La Llosa y Almenara, donde las hortalizas siempre fueron el cultivo fundamental. Por otra parte, en el resto del territorio, los cítricos son dominantes. Estos dos recursos han sido tradicionalmente el sostén económico de sus habitantes.

Este entorno experimentó un cambio sustancial desde el momento en el que el Grao comenzó a incrementar su espacio edificado. El municipio pasa a tener empadronados 6.958 habitantes en 2021 de los que 3.364 habitantes, cerca de la mitad, registran su domicilio en el Grao. Más llamativo resulta el dato de las viviendas censadas que son 11.900 en 2011 de las que 9.292 viviendas, el 78 %, son no principales, es decir, son secundarias o se las considera vacías. Este es un hecho que manifiesta la orientación decidida por las viviendas de ocupación temporal, situadas mayoritariamente junto al mar, donde aparece un callejero ortogonal bien formado desde la misma línea de costa hasta 350 metros tierra adentro, y llega a sobrepasar los 600 metros de distancia al mar de tener en cuenta las nuevas áreas urbanizadas; a ello cabe añadir que, tanto el mapa topográfico en su última edición como la imagen del PNOA muestran nuevos espacios urbanizados en los que se ve el dibujo del callejero, si bien todavía el relleno de las manzanas con las nuevas construcciones no se ha producido. El núcleo histórico agranda notablemente su espacio edificado, enlazando con el Grao sin solución de continuidad a la vera del antiguo camino al mar.

El vuelco ha sido, en suma, de gran calado. La tradicional funcionalidad exclusivamente agrícola, al margen del caserío del Grao, que ya denotaba la existencia de un germen de funciones relacionadas con el mar, se ha visto impactada por la fiebre turístico-residencial que impacta de manera llamativa en la vieja estampa tradicional que durante siglos se fue tejiendo. El resultado es la contraposición de dos teselas que parecen cohabitar autónomamente, la agrícola y el espacio edificado. A ello, se añade la aparición de algunas parcelas, situadas en la parte occidental, y ocupadas por instalaciones fabriles, ligadas predominantemente a la industria cerámica, uno de los motores económicos de la Plana de Castelló, como es bien conocido.



Figura 10: Fragmento del Mapa Topográfico Nacional a escala original 1:50.000, hoja número 669 «Moncófar», Instituto Geográfico Nacional (1940).

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

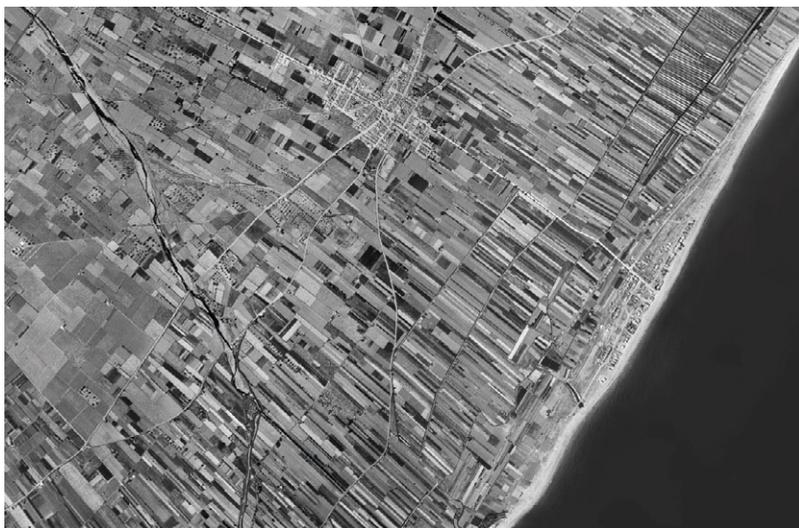


Figura 11. Fragmento del mosaico de ortofotos del «Vuelo Americano» de 1956-57 a escala original de 1:32.000, coincidente con la hoja del Mapa Topográfico Nacional 669 «Moncófar». Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica



Figura 12. Fragmento de la cartografía ráster a escala 1:25.000 de la Base Topográfica Nacional BTN25 actualizada a 2020. Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica



Figura 13. Fragmento del mosaico de 2018 y disponible en la información contenida en el Plan Nacional de Ortofotografía Aérea (PNOA).

Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

4. CONCLUSIÓN

Los ejemplos que anteceden muestran a las claras que el paisaje es vida. En este caso, esa vitalidad se percibe al contemplar la transformación de su morfología impulsada por el cambio de su función. El sistema agrario tradicional que fue motor de su configuración hasta mediados de la anterior centuria deja paso a nuevos impulsos funcionales venidos de una demanda creciente por parte de una sociedad predominantemente urbana que decide anclarlos sobre unos recursos naturales –básicamente las playas y el mar– capaces potencialmente de acogerlos.

Siempre cabe preguntarse si el límite de carga de estos recursos naturales se ha sobrepasado y, por tanto, lo acaecido es durable. No ha sido el propósito de esta colaboración contestar a esa cuestión; tan solo se ha procurado poner de manifiesto a través de los mapas y las imágenes obtenidas desde plataformas aerotransportadas la variación morfológica del paisaje sufrida

entre mediados de la anterior centuria y la actualidad. Una mera lectura inteligente de esa mutación epidérmica no deja impasible a quien percibe con atención las imágenes multitemporales de cada uno de los ejemplos escogidos; genera, más bien, una inquietud por ir más allá y desvelar lo que está debajo, esa madeja compleja de factores que desencadenaron la energía suficiente para cambiar la faz de su paisaje.

Puede que venga a colación aquel sentimiento de Palomar, personaje literario inolvidable de Italo Calvino, cuando, al sobrevolar Roma y reconocer su paisaje, exultó: «Solo después de haber conocido la superficie de las cosas se puede animar uno a buscar lo que hay debajo. Pero, la superficie de las cosas es inagotable» (Calvino 1985, 91-92). Más allá de esta convicción derivada de la constatación de nuestra condición limitada, si se pueden insinuar algunos hechos irrevocables al hilo de los ejemplos presentados: la tradicional funcionalidad agrícola del ámbito costero de la Plana de Castelló, no exenta de importantes crisis en el momento actual, se ha visto desplazada, en algún caso, por otra de carácter turístico-residencial de manera prácticamente exclusiva, y, en otros casos, parece compatibilizar con esta en un equilibrio precario; el paisaje resulta ser el más fiel testigo de esta dinámica y en su epidermis se registran y acumulan las huellas de la fuerza de unas y otras.

El profesor Diego López Olivares conocía perfectamente lo esbozado en esta colaboración. Él, a buen seguro, hubiera sido capaz de aportar más luz a lo que yo tan solo he podido sugerir en un esquemático apunte.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calvino, Italo. 1985. *Palomar*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sancho Comíns, José (dir.) et al. 1996. *Itinerarios por el valle del Mijares*. Almassora: Caja Rural de Almassora y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá.
- . 2003. *Imagen y paisaje*. Monografía del Atlas Nacional de España. Madrid: Instituto Geográfico Nacional/Centro Nacional de Información Geográfica.
- Sancho Comíns, José et al. 2011. *Atlas de los paisajes de Castilla-La Mancha*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

- Sancho Comíns, José y Emilio Chuvieco Salinero. 1986. *Castellón desde el espacio*. Castelló de la Plana: Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Castellón.
- Sancho Comíns, José y Daniel Reinoso Moreno. 2011. *Atlas de los paisajes de la provincia de Guadalajara*. Guadalajara: Fundación Caja Guadalajara.
- . 2013. «El paisaje en imágenes: de una representación analítica a las nuevas visualizaciones sintéticas». En *Geo información para el ordenamiento territorial. Experiencias aplicaciones y avances*, ed. Carlos Mena Frau. Talca: Centro de Geomática, Universidad de Talca.

SENDERISMO Y TURISMO FORESTAL. *ELS CAMINS DE FUSTA* COMO RECURSO EN LA PLANIFICACIÓN RURAL

JAVIER SORIANO MARTÍ
Universitat Jaume I

Palabras clave: Senderismo, turismo, planificación rural, madera, bosque.

Keywords: Hiking, tourism, rural planning, wood, forest.

1. INTRODUCCIÓN: NUEVAS APUESTAS PATRIMONIALES Y SENDERISTAS

El auge de la práctica del senderismo y los deportes asociados a la montaña, con competiciones de carácter nacional e internacional incluidas, suponen una de las actividades relativamente nuevas en el medio rural del siglo XXI que, afectado por un severo proceso de despoblamiento, se convierte en un foco de atracción para una sociedad necesitada de un mayor contacto con la naturaleza y, en cierto sentido, una vuelta a los orígenes como, por ejemplo, utilizando las antiguas vías de comunicación trazadas desde tiempo inmemorial cuando no había automóviles, es decir, los conocidos como «camino viejo de» o *camí vell de...*

Las propuestas de uso y gestión de la inmensa red de senderos, vías, carriles, azagadores, pistas y, en suma, del entramado viario que surca las montañas, son cada vez más abundantes y los esfuerzos para señalar

itinerarios compatibles con diversos usos (senderismo, atletismo de montaña, senderismo en familia, competición, cicloturismo, BTT, etc.) involucran a la Administración local, provincial, autonómica e incluso estatal, pero también a asociaciones culturales, federaciones, clubes de montaña, voluntariado, grupos excursionistas, etc., con lo que es evidente el potencial de uso y aprovechamiento que tiene ese entramado viario que, además, forma parte del patrimonio heredado por la sociedad (itinerarios, topónimos, construcciones, etc.).

En este escenario, las múltiples opciones que brinda el denominado turismo forestal, que podría clasificarse como una subcategoría del turismo patrimonial, permitirían catalogar, señalar y difundir una red de senderos asociados a históricos aprovechamientos, especialmente madereros, pero también resineros, corcheros, etc. Se crearía de esta forma un producto turístico específico, temático, que aportaría diversidad a la actual red senderista que aprovecha caminos históricos, caminos trashumantes y todo tipo de pistas forestales. Y no sería necesario diseñar, rediseñar o crear nuevas rutas porque esta propuesta se solapa a las existentes y complementa perfectamente los itinerarios o redes de senderos que ya están en funcionamiento. El propio y secular apelativo *camí de la fusta* o *pas de la fusta* podría convertirse en una seña de identidad, diferenciadora y que pondría en valor un patrimonio y unos paisajes culturales en severo riesgo de desaparición o transformación drástica, dado que algunos caminos –por ejemplo, los de arrastre de madera o los utilizados por los resineros– están prácticamente desdibujados y otros pueden verse afectados por proyectos de diversa naturaleza, como la última propuesta realizada en el Pla de l'Arc (Castelló) para la creación de plantas de energía fotovoltaica con una extensión de varios centenares de hectáreas.

La necesidad de realizar una planificación rural integral de todos los recursos, especialmente los turísticos y patrimoniales, cobra mayor importancia si cabe en un momento histórico marcado por la estabilización del despoblamiento y la necesidad de garantizar el futuro de numerosos municipios cada vez más dependientes de actividades turísticas, aunque con la imperiosa obligación de diversificar sus economías, atraer nueva población y ordenar su territorio para asegurar su uso racional, respetuoso, sostenible y productivo. La aparición de nuevas modalidades turísticas –el concepto turismo patrimonial podría englobar muchas propuestas, incluido el turismo forestal– contribuirá a consolidar alternativas dinamizadoras y viables para los municipios rurales de montaña.

Las nuevas iniciativas que desde la Generalitat Valenciana se han puesto en marcha (Ruta99; <https://ruta99.gva.es/>), el Pla Estratègic Valencià Antidespoblament y la Estratègia AVANT 20-30, que busca identificar los problemas generados por el despoblamiento y encontrar soluciones para revertir el desequilibrio territorial –búsqueda de la equidad territorial–, así como la denominada Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, deberían aportar renovadas expectativas, aunque los resultados no siempre lleguen con la prontitud e intensidad esperadas o, simplemente, se crean planes cuya efectividad acaba siendo dudosa (Escribana y Del Romero 2019, 144). En contraste, en municipios con una afección menos severa del despoblamiento, se ha apostado por iniciativas de menor calado pero probablemente más efectivas, como es el caso de la Xarxa Vials Verds en la Plana de l'Arc, que bajo el lema «El slow tourism de la Comunitat Valenciana» ha diseñado una red de caminos de uso preferente peatonal y ciclista en los siete municipios que integran la demarcación del Pla de l'Arc (Vilafamés, La Vall d'Alba, Benlloc, La Torre d'en Doménec, Vilanova d'Alcolea, Les Coves de Vinromà y Cabanes) con la finalidad de potenciar el contacto con la naturaleza, la admiración del paisaje y el conocimiento del patrimonio (<https://www.planadelarc.com/xarxa-vials-verds/>).

2. GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DE LOS CAMINOS DE LA MADERA

El origen dels *camins de fusta* es remoto, ya que la documentación y los cronistas aluden a carriles para la extracción de madera desde antes incluso del siglo xvi. Una de las rutas históricas era la que unía el extremo NW de la provincia de Castelló con su litoral más próximo y, en concreto, con los puertos o embarcaderos de Vinaròs y Benicarló. Las referencias al transporte de madera de pino y encina en carros (Viciano 1564, 68) es posteriormente ratificado cuando otros autores aluden a un topónimo que perdurará en el tiempo y en la memoria colectiva: «camí de la fusta» (Melià 1978, 149; Mateu 1960, 223). En Benlloc, por otra parte, el topónimo «Pas de la Fusta» está en uso porque pervive en la cartografía oficial, aunque su utilización por la población, que sería la mejor demostración de las huellas imborrables que la extracción de madera y su trasiego han dejado en el territorio, no es generalizada.

Una simple consulta al Nomenclàtor Toponímic Valencià (Institut Cartogràfic Valencià y Acadèmia Valenciana de la Llengua) demuestra que los topónimos relacionados con *fusta* son relativamente abundantes a pesar de haber desaparecido prácticamente en su totalidad el transporte de madera. En la provincia de Castelló encontramos el Pas de la Fusta (partida municipal y camino en Benlloc), Colada del Pas de la Fusta y Vereda del Pas de la Fusta (placa fechada en 1987 ubicada en un aljibe que linda con la pista) (también en Benlloc), Camí de la Fusta (Cabanes-Oropesa), Camí de la Fusta (Vinaròs), Camí de la Fusta (San Rafael del Río) y *lo Pla* de la Fusta (La Pobla de Benifassà), mientras que en Alcoleja y Sella (Alicante) pervive un Arrossegador de la Fusta. Estos senderos, por lo tanto, podrían ser susceptibles de aprovechamiento turístico-patrimonial, aunque en algunos casos su conversión en carreteras lo hace inviable a día de hoy, como en el caso del Camí de la Fusta que une Oropesa con Cabanes y La Vall d'Alba (CV-159 y CV-148), que actualmente además de suponer un enlace litoral-interior para el tráfico rodado –sobre todo de automovilistas, motoristas y ciclistas– es también la vía de acceso a la ermita de Les Santes, uno de los enclaves más emblemáticos del Parque Natural del Desert de les Palmes.

En contraste, una buena muestra de utilización senderista asociada al turismo forestal la encontramos en el Parque Natural de Els Ports (Tarragona), donde tienen una ruta de dificultad media, con 5,8 kilómetros de recorrido, 400 metros de desnivel y, aproximadamente, dos horas y media de duración (Racó del Tabac), que discurre por un antiguo camino de arrastre de madera. En la vecina Tinença de Benifassà (Castelló), de hecho, todavía se descubren en algunos enclaves de los senderos forestales las huellas que el *ròssec* o arrastre de troncos excavaba en la roca caliza por el rozamiento constante con el suelo. Por otra parte, en tierras turoleses de Linares de Mora se mantiene en activo una empresa que efectúa el arrastre de madera con caballerías, como se venía haciendo desde tiempo inmemorial en todo el ámbito mediterráneo, por lo que no debería ser difícil documentar gráficamente esas tareas con la finalidad de ilustrar la información referida a estas iniciativas e incluso desarrollar proyectos turístico-culturales vinculados a esta actividad económica –la señalización de senderos vuelve a ser una idea recurrente–, así como un proyecto de investigación en profundidad, antes de la total desaparición de esas ancestrales prácticas.

El transporte de materias primas de origen forestal (madera, carbón vegetal, resina, corcho, etc.) fue relativamente intenso durante muchos siglos porque la demanda de madera era creciente para la arquitectura naval y las

atarazanas, así como el consumo de otros productos para actividades como el calafateo de las embarcaciones (la pegunta o pez), las herrerías (combustible como el carbón vegetal), tapar todo tipo de recipientes (tapones y discos de corcho), etc. En algunos casos, los carriles de uso forestal aprovechan cañadas preexistentes o los caminos históricos que conectaban unos pueblos con otros. De hecho, la actual red de carreteras deriva, en buena parte de sus trazados, de ese entramado viario previo más modesto por sus capacidades, pero mucho más denso. El Coll d'Ares, en este sentido, es uno de los pasos tradicionales de las maderadas desde las altas tierras castellonenses y turolenses hacia los corredores prelitorales y los puertos. Y algo similar ocurre en las montañas de la Tinença de Benifassà y Els Ports de Beseit con el puerto de Vinaròs como destino.

La documentación demuestra que las peticiones para abrir caminos que conectaran los bosques con las vías principales eran harto frecuentes, incluso en aquellas tierras donde el transporte fluvial podía asumir buena parte de los trayectos a realizar (López 2012, 40). La red viaria, por lo tanto, estaría en constante ampliación durante los siglos XIV a XIX, y partía de unas bases sólidas aportadas por las vías forestales y también por las ganaderas, tanto las de ámbito local o comarcal como las trashumantes, de mucha mayor longitud y capacidad. En Ares, por ejemplo, había un punto de almacenamiento de madera en la finca de Torre Beltrans, donde precisamente confluían todos los carriles procedentes de Benassal, las montañas y altiplanos de Vilafranca y, por supuesto, tras descender el Coll d'Ares –donde era frecuente hacer un descanso en el camino tras la primera etapa–, desde municipios como Mosqueruela o La Iglesuela del Cid (Teruel). El valle y las terrazas fluviales labradas por la rambla Carbonera brindaban dos ventajas añadidas: superficie plana y la vía de salida hacia los corredores prelitorales.

Una visita de montes realizada el verano de 1738 apunta textualmente: «se halla esta madera en la hacienda de los Beltranés a la orilla del camino que va a desembocar a Vinaroz» (AGS, Marina, leg. 552, año 1738). Abrir nuevos carriles es una demanda y una necesidad constante de los madereros, como se documenta en los alrededores de Vallivana, el carrascal de más de 5.000 hectáreas que fue cedido a los vecinos de Morella por Violant d'Hongria, la esposa de Jaume I, cuyas reservas de leña originaban un continuo trasiego de caballerías en todo su entorno para conducir el preciado combustible a diferentes poblaciones en las que alimentar sus hornos, cocinas, chimeneas y estufas.

La intensidad de los desplazamientos de madera y la ausencia de alternativas (en la provincia solo el río Millars sirvió para transportar troncos por flotación en algunos tramos) dio origen a profesiones concretas, como los encargados de reparar y conservar en buen estado los caminos (Salvador 1972, 238), así como la aparición de conflictos por el deterioro que el arrastre de madera provocaba en la superficie de las calzadas y que obligó a prohibir ese tipo de transporte en los municipios que concentraban mayor densidad de tráfico, como los litorales (Catalán 1995, 109).

Numerosos puntos de la costa castellonense aparecen citados como embarcaderos desde época muy temprana: Almenara, Nules, la desembocadura del Millars (Almassora-Borriana), Benicàssim, Oropesa, Torre la Sal, Alcossebre, Benicarló y Vinaròs, entre otros. En Almassora, por ejemplo, desde 1398 y por privilegio de Martí I existía un *carregador* para facilitar el comercio marítimo y, de hecho, en el siglo xv su actividad era bastante notable y la madera con destino a Valencia estaba presente en algunos cargamentos: 110 maderos y 10 cargas de madera (Igual 2019, 101-104).

La actividad naval era constante en los embarcaderos que actuaban como precedente de los puertos actuales, en especial como puntos de salida de la madera del interior. La propia ciudad de Castelló, poco después de su fundación en la Plana, tenía en «la segunda mitad del siglo XIII un modesto caserío marítimo habitado por pescadores y tal vez una cierta actividad de carga y descarga de naves en la playa inmediata» (Sánchez 1982, 129). Jaume I, desde luego, concede autorización para abrir el camino desde la ciudad hasta el mar el 16 de marzo de 1260, circunstancia que tiende a corroborar la existencia de un *carregador de la mar* (un lugar donde se cargaban y descargaban los barcos) en el actual emplazamiento de El Grau. Los puertos más septentrionales, en todo caso, fueron los más activos, ya que su situación les reportaba importantes ventajas en el comercio de cabotaje y, además, eran los puntos de exportación de la lana, uno de los productos más importantes en la época por su elevada demanda. Benicarló es considerado en 1494 como el segundo puerto valenciano por actividad después de Dénia, acaparando junto a Vinaròs y Peñíscola el 25 % del tráfico marítimo de la actual Comunitat Valenciana (Guiral 1989, 41).

Borriana, por su parte, actuaba como punto exportador para toda la madera procedente del interior meridional y está documentado el trasiego de mercancías desde Onda hasta el *carregador* emplazado en el litoral borrianaense, donde la profundidad del mar y la facilidad para acercarse a tierra de los barcos eran aspectos estratégicos para el comercio: «en el paraje del

cual hay en el mar cierta hondura que le nombran la Olla, donde navíos muy gruesos llegan junto a tierra» (Viciana 1564, 255).

La arquitectura naval o la construcción de navíos (especialmente pesqueros y embarcaciones de cabotaje) tenía una importancia creciente ya en el siglo XIII porque la documentación alude reiteradamente a expediciones organizadas para transportar madera por vía marítima: «En 1291 hay noticia del embarque de madera en nuestra playa, por una orden de Jaime II a los hombres de Burriana, Almazora y Castellón para que den facilidades a Raimundo Calvet en el transporte de una partida de dicha mercancía que tenía en el término de Castellón» (Sánchez 1993, 5). La existencia de una red viaria intensamente utilizada para transportar madera hacia el litoral, por lo tanto, aparece documentada desde pleno siglo XIII y su progresiva ampliación da origen a numerosos caminos que acaban convirtiéndose en carreteras.



Figura 1. En Burgui (Navarra). Placa de homenaje a los almadieros. Fotografía del autor

El contraste entre la información histórica y la situación actual resulta evidente, porque desde el último cuarto del siglo xx se asiste a un abandono generalizado de los aprovechamientos madereros, muchas subastas de madera quedan desiertas –es más barato importar la materia prima– y el progresivo cierre de serrerías en la práctica totalidad de los municipios de interior solo cuenta con las excepciones más notables de Vilafranca y Soneja. Las estimaciones demuestran que, tras la intensificación de la explotación forestal desde el siglo xviii hasta la posguerra (década de 1960-1970 como límite), cuando se registran los puntos álgidos de utilización de las vías de arrastre de madera, entre 1975 y 2000 los pies talados se reducen en un 93 % respecto a los años anteriores y la cantidad de madera extraída en metros cúbicos se recorta en un 80 % en toda la provincia de Castelló (Soriano 2002).

Esta tendencia, como es lógico, contribuye a explicar la decadencia de la red de caminos tradicionales, su falta de utilización y, en muchos casos, su práctica desaparición, especialmente en los primeros tramos, aquellos en los que la madera se arrastraba hacia los secaderos o apiladeros situados en puntos de más fácil extracción. La utilización de ese entramado viario como recurso patrimonial y su conversión en producto turístico-cultural podría significar un paso decisivo en la puesta en valor de una de las actividades económicas más importantes en la montaña castellanense, la explotación forestal. Y con esto se valoraría todo su patrimonio cultural (herramientas, vehículos, tradiciones y costumbres, indumentaria, etc.), además de suponer un ejercicio de memoria en honor de todos los profesionales vinculados a las actividades madereras en particular y forestales en general, como se ha hecho en Burgui (Navarra) con los almadieros o en Sant Joan de Penyagolosa o el Desert de les Palmes (Castelló) con los monumentos a los guardas forestales.

3. LAS INFINITAS POSIBILIDADES TURÍSTICAS DE LA RED DE CAMINOS TRADICIONALES

El aprovechamiento turístico del territorio tiene que estar necesariamente basado en el respeto hacia sus valores, su patrimonio y su paisaje, especialmente cuando las intervenciones a realizar se proponen en zonas rurales y de montaña, un medio con una fragilidad inherente a su riqueza natural y en el que se asiste a un progresivo desmantelamiento del modo de vida tradicional y la gestión territorial que sus tareas cotidianas (agricultura,

ganadería, explotación forestal, oficios, etc.) tenían asociadas. Conceptos como la capacidad de acogida deben ser contemplados para evitar problemas (saturación, impactos ambientales, insatisfacción de la experiencia del usuario, etc.), mientras que desde la perspectiva paisajística debe analizarse la medida de carga, es decir, la capacidad del paisaje para soportar acciones antrópicas sin ver alterada su estructura o sufriendo impacto mínimo.

La utilización de recursos endógenos se muestra como una opción útil y sostenible, inmejorable e inteligente para activar iniciativas, producir efectos multiplicadores positivos (creación de alojamientos y oferta turístico-recreativa, dinamización del entorno rural, sostenimiento de las dotaciones comerciales y hosteleras, atracción de población, etc.) y, sobre todo, contribuir a visibilizar un patrimonio diverso cuya puesta en valor se facilita con la creación de proyectos integrados que, a la vez, pueden ayudar a garantizar la conservación de los elementos patrimoniales. Y todo esto sin necesidad de recurrir a crear nuevos paisajes marcados por su aterritorialidad o productos artificiales desligados de su realidad territorial (Muñoz 2006, 143).

La red tradicional de caminos diseñados para cubrir las necesidades de las diferentes actividades económicas sostenidas en el medio rural y, especialmente, en la montaña, brindan un amplio abanico de posibilidades de aprovechamiento turístico, sobre todo si las vinculamos con su patrimonio. Los bautizados como «caminos de la nieve» (Borja 2022, 20) son un buen ejemplo y, por desgracia, como ocurre con tantas realidades patrimoniales rurales, están en severo peligro de desaparición tanto físicamente (los senderos se han borrado por la falta de uso) como en la memoria colectiva de la sociedad. Las huellas toponímicas (alusiones frecuentes a «nevera» o «neveros» en la cartografía histórica y en la tradición oral), las prospecciones de magnitud arqueológica (investigación de carriladas o huellas de los carros que transportaban el hielo, excavación de pozos de nieve, etc.) y, por supuesto, las construcciones asociadas (neveras, ventisqueros, refugios, barracas, etc.) ofrecen diversas opciones para realizar proyectos turísticos. Ejemplos similares encontramos en el sector forestal, ganadero, en los caminos trazados para llegar a fuentes, abrevaderos y lavaderos de uso comunal, etc.

Como muestras de este tipo de propuestas convertidas en auténticos productos culturales y turísticos encontramos el Museu de la Pedra en Sec (Vilafranca, Castelló) y sus *Camins de Pedra*, una serie de recorridos por diferentes lugares del municipio para apreciar *in situ* el patrimonio de la piedra en seco relacionado con los pastores y ganaderos (ruta por el Pla de Mosorro), los agricultores y masoveros (ruta por Les Virtuds) y el bosque (ruta por La

Parreta). Otro buen ejemplo se encuentra en la población navarra de Burgui, donde han creado un itinerario que tiene como elemento central las almadías, que son las protagonistas absolutas del museo del municipio y que en 2022 han sido destacadas como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco –unos años antes lo fue también la piedra en seco– en la decimoséptima sesión del Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial celebrada en Rabat (Marruecos). En este pueblo del valle del Roncal han realizado un proyecto bautizado como Pueblo de los Oficios que, mediante la labor del voluntariado local, ha creado una ruta patrimonial que pone en valor actividades como el carboneo, la elaboración de hielo y su conservación en los pozos de nieve, la fabricación de cal, etc., a través de recreaciones de las construcciones tradicionales, explicaciones mediante paneles y un itinerario guiado por una senda forestal y fluvial.

Alternativas similares servirían para dotar a la red viaria de un contenido cultural, histórico y paisajístico que, en su conjunto, pusiera en valor el patrimonio y ofreciera información rigurosa sobre las razones de ser de los caminos transitados ahora por deportistas, cicloturistas, senderistas y turistas en general. De esta forma se aprovecharían los caminos ligados a muchas de esas actividades para complementar y completar la actual red de senderos utilizada por ese nuevo perfil de usuario que, por norma general, los recorre completamente ajeno a su origen, desconociendo su historia y sus usos, muchas veces ancestrales... Porque no es lo mismo pasear, correr o pedalear por un camino cualquiera que hacerlo por una senda utilizada desde el siglo xv y xvi para llevar madera a las atarazanas con la que se construían fragatas, galeones, barcos de pesca, laudes, etc.

Transitar por caminos que fueron utilizados para transportar madera, hielo, carbón vegetal, resina, corcho y otros productos directamente ligados a las actividades tradicionales de la montaña supone un valor añadido para mejorar la experiencia del visitante, turista o deportista. Esa información, en definitiva, aporta un hecho diferencial a las rutas y supone una sencilla herramienta para divulgar conocimiento patrimonial, fomentar el respeto hacia ese patrimonio y propiciar la valorización de actividades y productos que fueron esenciales no hace tanto tiempo. Con esta intención, por ejemplo, se colocan paneles informativos (histórico-culturales y/o turístico-patrimoniales) en Irati (Navarra), ya que de esa forma se divulga la relevancia de un enclave forestal emblemático (figura 2).

El valor añadido que supone facilitar ese contenido a los senderistas permite garantizar la conservación de un patrimonio, tangible e intangible, que

de otra forma sería difícil aprovechar. Algo similar sería viable proponer con la Vía Augusta (señalizada en todo su recorrido), el Camino de Santiago-Castellón, antiguos azagadores o caminos de ganado trashumante, caminos históricos como el Caminàs (recorre de norte a sur toda la Plana de Castelló), etc. Y, por supuesto, fomentando la complementariedad con los PR y GR ya existentes (senderos de pequeño recorrido y gran recorrido) y contemplando la posibilidad de generar nuevos SL (senderos locales) o ampliar los existentes. En este sentido, se debe ser cauto porque la proliferación de rutas o itinerarios culturales y turísticos se ha convertido en un fenómeno global y, en algunas ocasiones, las propuestas pueden llegar a reinterpretar y modificar la realidad del territorio o incluso se destacan aspectos del todo ajenos a la población local pero que resultan sugestivos, comerciales o atractivos, por lo que se acaban ofertando recursos o productos totalmente artificiales (Hernández 2011, 226).

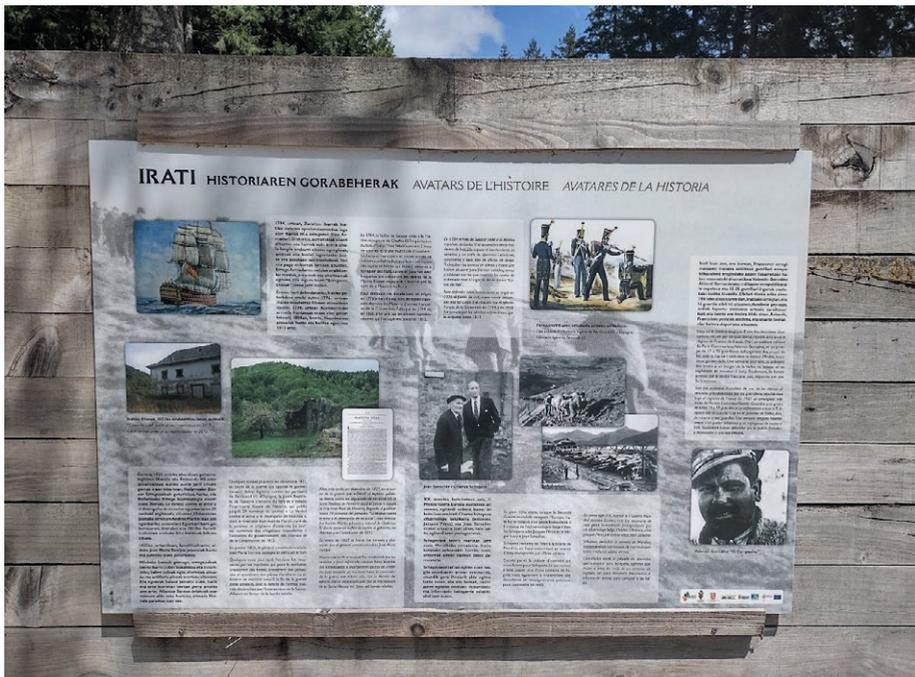


Figura 2. Panel histórico-forestal en la Selva de Irati (Navarra).
Fotografía del autor

La propuesta *Camins de fusta*, desde luego, huye de ese tipo de actuaciones y por esa razón está bien documentada. De hecho, no es descartable –incluso sería recomendable– vincular este tipo de iniciativas a proyectos de investigación, contratos de I+D+i o actividades similares, como los trabajos del proyecto UJI-Encultura «Delimitación y estudio de la cañada real de Aragón: un itinerario histórico de penetración y vertebración de las tierras de Penyagolosa», que recientemente ha confirmado el trazado y los elementos complementarios (trincheras, canteras, empedrados, etc.) de una parte del Azagador Real de Aragón que conectaba la costa mediterránea con el interior, en concreto en el tramo comprendido entre el Coll de la Bassa (Atzeneta del Maestrat) y el puente romano (Vistabella), con una longitud de casi 28 kilómetros.

4. EL CASO DE BENLLOC: EL PAS DE LA FUSTA

La pervivencia del topónimo el Pas de la Fusta, que identifica en todo su recorrido un camino o pista forestal –en algunas zonas se convierte en agrícola o simplemente rural– que atraviesa el municipio de Benlloc desde las sierras próximas (La Serra d'en Galceran) hasta el litoral, pero que conecta con algunos montes más lejanos de Benafigos y Vistabella o incluso Vilafranca y Mosqueruela, supone una oportunidad para promover proyectos culturales y/o turísticos en torno a la historia forestal. Con un trayecto aproximadamente W-E que supera los 21 kilómetros en línea recta, el Pas de la Fusta cruza las sierras prelitorales y litorales conectando los corredores de La Vall d'Alba y Cabanes –todo el Pla de l'Arc– con la costa entre Torreblanca, La Ribera de Cabanes y Oropesa (desemboca en el piedemonte frente al Prat de Cabanes-Torreblanca), por lo que durante muchos siglos debió ser una vía estratégica de comunicación transversal –evitando el trayecto más largo de norte a sur– y enlazando con las rutas de acceso a puertos como Vinaròs o los de la Plana (Castelló, Borriana...).

La conexión con la rambla de la Viuda –la continuación de la rambla Carbonera– parece innegable y las expediciones madereras procedentes de todo el interior occidental y septentrional de las provincias de Castelló y Teruel debían cruzar desde ese punto, vía La Serra d'en Galceran y Benlloc, hacia la costa mediterránea.

En la actualidad, ese antiguo camino maderero podría convertirse en una ruta de interés histórico y patrimonial con un elevado contenido etnológico porque la pista está sembrada de masías que debían actuar como puntos de descanso y venta o intercambio de productos y/o servicios. Todas se ubicaban estratégicamente en las zonas de ladera –alejadas del fondo de los corredores prelitorales–, en el piedemonte intensamente abancalado y cultivado en secano (cereal, vid, frutales como los almendros, etc.), pero adosadas al sendero y vinculadas a puntos de suministro de agua donde abreviar a las caballerías, como las masías de l'Argila con su homónima balsa o el mas de la Bodega con su *bassot* de la Bodega, esta segunda ya en término de La Serra d'en Galceran. La existencia de grandes pesebres en la planta baja de esas masías «camineras» podría suponer un uso añadido para atender las necesidades de las caballerías que estuvieran de paso (alimentación, agua, descanso, reparación de herraduras, etc.), además de hacerlo con las propias, tan necesarias en las labores del campo.

La arquitectura del agua, con la presencia de aljibes, cisternas y depósitos estratégicamente dispuestos en el territorio –vinculados o no a las masías, en su interior o en el exterior–, asociados a complejos sistemas de captación y recolección del agua pluvial y/o de escorrentía, aportan otro elemento de gran interés patrimonial y etnológico dada la inteligente gestión de un recurso escaso, imprescindible y caprichoso en su reparto a lo largo del año como es el agua.

Una vez atravesado el fondo del Pla de l'Arc, que discurre a escasa distancia del núcleo urbano de Benlloc, el itinerario maderero bordea el aeropuerto y cruza la CV-13 (autovía que convertida en carretera circula hacia Torreblanca desde Cabanes) para iniciar una nueva ascensión y salvar otra sierra prelitoral en dirección al denominado Quartico, la partida más próxima a Torreblanca en el extremo oriental del término municipal, donde la ruta discurre junto a una ermita y su calvario –para la Conselleria de Cultura la advocación es de Sant Josep, para el Institut Cartogràfic Valencià es de Sant Antoni y según los carteles informativos *in situ* sería de Sant Miquel–, diversas masías y corrales, una antigua escuela –construcción habitual en la montaña para garantizar la educación de los hijos de los masoveros, que por distancia no podían acudir al colegio del pueblo–, así como elementos de la arquitectura del agua (pozo, aljibe, balsa). Este enclave, por lo tanto, debía servir de punto de descanso final para las caravanas que realizaban el transporte de los troncos destinados a los embarcaderos o las serrerías antes del descenso a las planas costeras. Su emplazamiento en una pequeña zona

llana genera bastante espacio para el descanso de las caravanas de carros y carretas o para realizar posibles reparaciones, mientras que la disponibilidad de agua y el intercambio de productos estaban garantizados por la existencia de las masías. La visión de las islas Columbres y del mar, en días con buena visibilidad, debía ser una auténtica recompensa para los arrieros, como lo es actualmente para los nuevos usuarios de esas sendas y amantes del paisaje.

Esta misma línea de trabajo de señalización y puesta en valor de itinerarios de temática forestal que se propone en Benlloc está desarrollándose en l'Alcora, a través del proyecto de la Real Fábrica del Conde de Aranda, que está realizando un esfuerzo para descubrir los itinerarios de extracción de madera y leña de los montes vecinos. El grupo impulsor de esa iniciativa quiere señalar alguno de los senderos por los que se transportaba la materia prima necesaria para alimentar los hornos de cerámica, ya que antes de la irrupción de los productos derivados del petróleo era la biomasa vegetal procedente de las montañas de los municipios cercanos que tenían un potencial forestal elevado la que facilitaba el poder calorífico para cocer azulejos y demás piezas cerámicas en los hornos preindustriales. Esa actividad, la de los arrieros en general y la del transporte de leña o *malea* en particular, está inmortalizada con un grupo escultórico ubicado en una de las rotondas de acceso a l'Alcora (cruce de la CV-190 y la CV-16). El turismo forestal, por lo tanto, podría encontrar nuevas vías de desarrollo con estas iniciativas.

En el caso de Benlloc, las visitas de montes del siglo XVIII, concretamente la realizada en 1749, permiten descubrir el interés que la Secretaría de Marina tenía en los recursos forestales para garantizar los suministros de madera con destino a las atarazanas. En dicha visita se documenta la existencia de 3.295 pies o árboles útiles para dichos fines en el municipio y, en concreto, se alude a cuatro chopos o álamos blancos (*Populus alba*), 3.286 carrascas (*Quercus ilex rotundifolia*), cinco nogales (*Juglans regia*) y ausencia total de otro arbolado de interés naval como los robles (*Quercus pyrenaica*), almeces o lledoners (*Celtis australis*), fresnos (*Fraxinus angustifolia*) e incluso coníferas como los pinos carrascos (*Pinus halepensis*) o los pinos negros (*Pinus nigra*). Además de las existencias en el propio término municipal, obviamente el Pas de la Fusta era la vía de saca de madera de los municipios vecinos e incluso de áreas boscosas tradicionalmente suministradoras de madera de gran calidad (coníferas de media montaña como el *Pinus nigra* y el *Pinus sylvestris*, pero también robles como el *Quercus faginea* o el *Quercus pyrenaica*) cuyas masas más densas se encontraban algunos kilómetros más hacia el interior.



Figura 3. El Pas de la Fusta descende desde La Serra d'en Galceran a su paso por Els Clotals. Fotografía del autor

De hecho, los datos existentes según la visita de 1751 aportan resultados mucho más positivos respecto a las reservas madereras de La Serra d'en Galceran, municipio en el que, tras el análisis toponímico, arrancaríamos el denominado Pas de la Fusta. Frente a los modestos 3.295 árboles de Benlloc aquí se contabilizaron 53.649 pies. La documentación tiene censados ocho álamos blancos, 5.400 robles –una de las especies más preciadas en la arquitectura naval–, 48.200 encinas y 149 nogales.

La pervivencia del Pas de la Fusta en la toponimia y en la cartografía nos permite además seguir prácticamente todo el trazado histórico del camino, que en sus últimos kilómetros hacia el mar apenas se ha visto afectado por la construcción del aeropuerto y sus viales de acceso. El mismo documento de la visita de montes informa de la distancia al embarcadero más próximo, que está cifrada en dos leguas (unos 9,6 kilómetros). Este dato resulta contradictorio porque en línea recta el punto litoral con un

puerto o *carregador* más próximo sería Oropesa o Torreblanca, que está a unos 16 kilómetros, mientras que Castelló de la Plana queda a más de 25. Ni tan siquiera la opción de dirigirse a Torre la Sal, con sus sencillos y expuestos amarres, sería compatible con la referencia documental porque se encuentra a 14 kilómetros. La divergencia puede deberse a la ubicación exacta desde la que se tomaba la referencia en pleno siglo XVIII. O quizás la explicación todavía es más sencilla: se utiliza la palabra embarcadero en dos acepciones diferentes, la de puerto –coincidiría el más cercano con Vinaròs según la visita de 1751– y la de cargadero de madera, es decir, un apiladero o secadero desde el que se organizaría el transporte posterior hacia el litoral. En esta segunda opción, utilizada en la visita de montes fechada en 1749, aparece en ese epígrafe el propio Benlloc como embarcadero más próximo, es decir, la localidad podía utilizarse como centro distribuidor de la madera de todo el término municipal y otros vecinos –su emplazamiento en el fondo del corredor depara amplias zonas llanas para el almacenamiento de madera u otros productos–, con lo que el Pas de la Fusta todavía cobraría mayor importancia. O quizás es precisamente el Quartico, ubicado a 9 kilómetros del núcleo urbano de Benlloc, el enclave concreto que da nombre a todo el camino (‘paso de la madera’, Pas de la Fusta) por ser el «puerto» de salida hacia la costa, es decir, el punto de partida de la última etapa que cubrían las caravanas.

El camino maderero presenta diferentes dotaciones o elementos complementarios a la ruta que podrían tener utilidad en las largas jornadas de transporte de la madera, como para abreviar las caballerías, concederles descanso y, por supuesto, garantizar el reposo de los carreteros. En este sentido, además de las masías ya comentadas (l’Argila, la Bodega), el itinerario incluye también algunas balsas –la que tiene mayor capacidad está en la partida Els Clotals y recoge agua de escorrentía directamente de la montaña en la confluencia del Pas de la Fusta con el barranco de les Danses–, corrales, refugios de piedra en seco –probablemente no construidos por los carreteros, pero sí eventualmente utilizados por ellos en caso de tormentas– y otras dotaciones como hornos de cal, mojones, etc. La catalogación de esas construcciones, mediante la cumplimentación de las fichas de inventario oficiales, debería ser una prioridad en el marco de cualquier proyecto vinculado a un aprovechamiento turístico y cultural del itinerario. Y también lo debería ser la investigación en profundidad de la ruta para intentar recuperar información básica de la vida de los carreteros: etapas habituales del camino (puntos de salida y llegada; enclaves

complicados de superar), los lugares de pernocta y aprovisionamiento, puntos de abastecimiento de agua, masías de referencia, etc. En este sentido, algunas de las masías podrían haber derivado en auténticas ventas u hostales, como tantas veces ha sucedido en diferentes caminos de mayor importancia o tráfico. Quizás el *mas* de l'Argila pueda ser un buen ejemplo a tenor del porche –aparentemente no demasiado antiguo– instalado ante su puerta y que podría tener como finalidad conceder descanso e incluso dar de comer o cenar a los carreteros –fueran o no madereros– que estuvieran de paso o pernoctaran allí.



Figura 4. El mas de l'Argila tiene cierta apariencia de venta adosada al Pas de la Fusta. Fotografía del autor

La disponibilidad de documentación histórica que permite ratificar la utilidad del camino aporta un elemento adicional de interés a la posible creación de la ruta senderista histórico-cultural-forestal. Las visitas de montes dieciochescas, de hecho, manifiestan algunos indicadores indirectos de evolución del paisaje cuando manifiestan: «Que las partidas de Pinos puestas en este Estado, aunque son las mismas que explican los Testimonios, se hicieron estos por computo prudencial segun la extension de los terrenos, porque su espesura hace imposible el contarlos» (AGS, Marina, leg. 572, año 1749). Es decir, la densidad arbórea en los pinares debía ser elevada en las montañas de La Serra d'en Galceran, si bien esa realidad paisajística debió cambiar poco después del último cuarto del siglo XVIII –hasta las primeras décadas del siglo XX– a tenor de los intensos abancalamientos que todavía hoy subsisten en activo –mayoritariamente con almendros– en todas las laderas orientadas al Pla de l'Arc.

En una revisión posterior de la visita, la nota al pie de la tabla estadística incluye más información relevante: «Que segun parece delos Autos dela visita practicada en estos Pueblos, son medianos, y nuebos los Robles, y Encinas que se manifiestan existentes y que solo podrán sacarse algunas Piezas para fragatas de quarenta á cinquenta cañones, por no tener los largos y gruesos correspondientes á navios de mayor porte» (AGS, Marina, leg. 572, año 1751). La riqueza forestal y el posible aprovechamiento naval de la madera cobra mayor sentido con esas referencias a robles. Y, además, la documentación desglosa en listados pormenorizados por municipio el número de piezas de cada tipo que pueden obtenerse de cada especie de árbol, el tipo de embarcación de destino (fragata de 26 cañones, navío de 68 cañones), concretando el nombre de la pieza (segundas ligazones, barraganetes simples, 'curbas' de arriba abajo para el Alcázar, etc.), así como el propietario de la parcela donde se encuentran los pies que hay que talar.

La importancia que esos recursos forestales tenían en la época era sorprendente desde nuestra óptica actual de infravaloración de la función económica de los bosques. En pleno siglo XVIII se tasaba y valoraba con precisión máxima el coste de la extracción de los troncos hasta las atarazanas más próximas: «El Valor de Cada Codo Cubico puesto en la orilla del mar según se previene en cada Pueblo va conceptuado, proporcionado, y uniendo el Costo del Corte labra aserrio, facilidad de Carriles y Conducción hasta las Playas con exclusion del Importe del Arbol, que por via de Compra haya de satisfacerse a su Dueño» (AGS, Marina, leg. 561, año 1760). El Pas de la

Fusta debió jugar un relevante papel histórico con esa función de facilitar carriles en la conducción de madera hasta la costa.

El proyecto histórico-cultural a desarrollar a través del recorrido del camino maderero podría suponer una oferta complementaria de turismo forestal para ese segmento de la población que realiza senderismo en su formato familiar o deportivo, sin excluir otros perfiles de usuarios, con el objetivo de enriquecer su experiencia y diversificar la oferta con una propuesta relativamente novedosa. La longitud total del recorrido, superior a los veinte kilómetros, permite además diseñar tramos de diferente dificultad e interés, fijando puntos de partida urbanos (Benlloc), en lugares con elementos patrimoniales (aljibe de l'Adjutori) o en enclaves de interés (el Quartico), por ejemplo. La actuación consistiría en crear un producto con contenido informativo de calidad (historia del transporte de madera, historia de los aprovechamientos forestales y madereros, patrimonio caminero, historias de vida, etc.) mediante la señalización del itinerario, la ubicación de paneles informativos con inclusión de material gráfico, la instalación de señalética de bajo impacto mediante el uso de códigos QR y la divulgación de la ruta mediante las páginas web ya existentes de municipios y comarcas, así como la difusión de sus características mediante las *app* más habituales en el mundo senderista para aprovechar la diversidad de usos del itinerario. La más novedosa e institucional es Paso a Paso, diseñada y soportada por la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME) (<https://fedme.es/app-paso-a-paso/>), aunque hay infinidad de portales especializados en la materia.

La oferta turístico-cultural actual para Benlloc está disponible mediante una página web que engloba a los siete municipios del Pla de l'Arc (<https://www.planadelarc.com>), resulta de fácil consulta, está claramente expuesta y tiene una información completa. Además, se ha señalizado con balizas de bajo impacto una densa red de senderos e itinerarios de uso prioritario y preferente para peatones y ciclistas (<https://www.planadelarc.com/xarxavials-verds/>), por lo que partiendo de esa base tendría que resultar sencillo completar un proyecto de ámbito turístico y patrimonial para aportar a algunas de esas rutas, especialmente al Pas de la Fusta, información añadida de carácter forestal e histórico. Reconstruir el trazado del camino entre Benlloc y La Serra d'en Galceran sería otro de los objetivos del proyecto, ya que en muchas partes de su trazado está completamente desdibujado.

5. LA NECESARIA PLANIFICACIÓN E IMPLICACIÓN COLECTIVA EN LA GESTIÓN TURÍSTICA

La eclosión de fenómenos turísticos relativamente nuevos, asociados a productos culturales y patrimoniales de ámbito local (Museo de la Piedra en Seco de Vilafranca, Museo Minero de La Torre d'en Besora-Culla, etc.) o más amplio y con cobertura institucional (territorio templario, ruta del Cid, etc.), e incluso alternativas vinculadas a la literatura (Canfranc Estación con la escritora castellanense Rosario Raro o Cerler y Benasque con Luz Gabás, por citar algunas) como ya anticipó Diego López, es fruto de la espontaneidad y, demasiado a menudo, carece de una planificación territorial, turística, cultural y económica debidamente diseñada, ejecutada y sostenida en el tiempo: «En el marco de los nuevos productos turísticos se ha incrementado de manera rápida, en los últimos años, una presión de la demanda sobre los espacios de interior poseedores de importantes recursos paisajístico-naturales histórico-artísticos y culturales, etc. [...]. La falta de implantación de un modelo ha hecho aflorar los primeros problemas derivados del exceso de carga de uso inadecuado de los recursos los cuales pueden viciar el principio de competitividad de los mismos y por lo tanto hipotecar el futuro de estas áreas de interior» (López 1998, 21). A esas carencias cabe añadir la falta de una visión territorial de escala más amplia (provincial o autonómica, que supere la local) y que hiciera posible una optimización de recursos, sin repetir iniciativas similares en otros lugares más o menos próximos (cabe evitar la réplica de museos del aceite, del fuego, etc.), así como diversificar las existentes y, sobre todo, dotar a las nuevas propuestas de un carácter innovador y creativo, diferenciador en suma.

Un cuarto de siglo después de ese análisis, sus conclusiones siguen plenamente vigentes y, en un escenario de creciente patrimonialización turística, empiezan a ser evidentes resultados perniciosos como la mala imagen que los turistas asocian a los territorios afectados. «La mercantilización y mala coordinación entre agentes públicos y privados son solo algunos de los problemas que están provocando efectos negativos en la población local y los visitantes» (Vidal, Esteve y Vidal 2022, 2-3) porque, entre otras cuestiones, la masificación puntual de la afluencia de turistas –fines de semana, puentes festivos, vacaciones– genera problemas a menudo irresolubles como la falta de oferta de alojamiento, restauración, ocio, etc. Y esto a pesar del consenso existente en torno a la idea de que el turismo supone una oportunidad diferencial en el desarrollo del sistema rural de la Comunitat Valenciana (Escribano y Del Romero 2019, 143).

La acuciante falta de planificación turística integrada o, en realidad, de una planificación territorial especialmente enfocada a los municipios más sensibles a sufrir estos problemas –los rurales de montaña– continúa siendo una constante a pesar de la profesionalización de todo el sector turístico y la importancia que el turismo como actividad económica ha alcanzado en nuestro país desde hace más de medio siglo. La coordinación de estrategias entre comarcas y municipios vecinos –un buen ejemplo está representado por la Red de Viales Verdes de la Plana de l’Arc–, así como entre agentes públicos (la Administración) y privados debería ser una realidad para superar los problemas de planificación –o la ausencia total de esta– detectados hace tiempo: «El producto turístico participa en su construcción de los diferentes aspectos territoriales y socioeconómicos desembocando en un producto heterogéneo de manera que se presenta como una pequeña dinámica socioeconómica en el ámbito de un sistema socioeconómico general. Ello representa en consecuencia no solo tener que realizar un ordenamiento territorial de las zonas con actividad turística, sino también la necesidad de implantar unos modelos de planificación turística basados en proyectos globales integrados» (López 1998, 31).



Figura 5. Cruce entre el Pas de la Fusta (Camino de Santiago) y la Vía Augusta en Benlloc. Fotografía del autor

La formulación teórica y la elaboración de propuestas de actuación turística eran prioridades desde finales del siglo xx, pero la realidad dista mucho de ser idónea. A pesar de la experiencia adquirida en planificación territorial y turística, la consolidación de un grado universitario en Turismo y la institucionalización de conceptos como paisaje y patrimonio –ambos han motivado la creación de planes nacionales–, la falta de una gestión adecuada de los proyectos, el deficiente mantenimiento de los elementos que configuran los recursos y productos turístico-patrimoniales o la ausencia de conexión entre las diferentes ofertas presentes en el territorio, acaban provocando la insatisfacción de los turistas o unas experiencias incompletas para los visitantes (Vidal, Esteve y Vidal 2022, 11).

Las nuevas iniciativas y/o propuestas de turismo cultural/patrimonial, como la creación de una red de observatorios de la piedra en seco (Soriano 2013, 196) carecen del apoyo de la Administración o directamente se ignoran con argumentos como la falta de presupuesto. Por otra parte, no existe la cultura y tradición necesarias en asociacionismo y voluntariado local o comarcal –en el Alto Palancia podríamos encontrar algunas excepciones notables– como sí sucede en otros países vecinos (Portugal, Francia o el más lejano Reino Unido), a pesar de la existencia –casi patrimonial– del concepto de *jornal de vila*, un trabajo colaborativo a menudo realizado por obligación por el vecindario, pero que permitía –y sigue permitiendo en pleno siglo XXI tras cambiar de nombre y/o formato– realizar obras, reformas o proyectos en beneficio de la comunidad de forma altruista, invirtiendo horas de trabajo personal.

Tampoco se han articulado medidas de organización supramunicipal o comarcal y, como es evidente, la planificación a medio y largo plazo que estos proyectos requieren para consolidarse es frágil o inexistente, a pesar de la creación de museos como el de Vilafranca (piedra en seco), el de La Valltorta, en Tírig (arte rupestre levantino) u otras iniciativas locales con la apertura de museos o colecciones museográficas (elaboración de pan, cultura/fiesta del fuego, etc.) o con la adaptación para su visita de edificios de interés patrimonial (molinos, almazaras, minas, etc.).

Una apuesta decidida por parte de la Administración podría contribuir a aunar esfuerzos y profesionalizar la oferta y los productos turísticos de interior, como destacan recientes estudios que han analizado las relaciones entre turismo y patrimonio: «Una de las opciones más interesantes sería que las administraciones públicas impulsaran la creación de empresas especializadas en la gestión de experiencias turísticas relacionadas con el patrimonio

o que facilitaran dicha gestión a los municipios o las empresas» (Vidal, Esteve y Vidal 2022, 12). Y esto sin olvidar que ese medio rural amenazado o condenado por el desdoblamiento corre el riesgo de ver superada su capacidad de carga y acogida por la proliferación de eventos deportivos –las pruebas de montaña– y festividades que generan una afluencia masiva de personas. Es posible que estén repitiéndose los errores cometidos con el modelo de sol y playa –masificación, desequilibrio temporal en dotaciones e infraestructuras, contaminación, sobrecoste económico, etc.–, pero en un territorio mucho más frágil, por lo que cabe plantearse seriamente algunos interrogantes: «Son muchos los municipios que permanecen casi desiertos entre semana y multiplican su población en miles de habitantes durante el fin de semana por la celebración de todo tipo de eventos deportivos. La gran pregunta es si esta política de medio rural como parque temático arroja un balance positivo en términos de nuevos habitantes o diversificación económica» (Escribano y Del Romero 2019, 141).

Por tanto, parece lógico que cualquier propuesta turística y patrimonial, como la creación o señalización de los *camins de fusta*, debería realizarse desde el respeto a los valores del territorio y el paisaje, fomentando sus rasgos de identidad y su personalidad, sin intentar ofertar productos artificiales y promoviendo una afluencia controlada –de baja densidad o *slow* siguiendo los preceptos de ese movimiento cultural que impulsa una vida sin prisas– para evitar impactos que serían perniciosos para la montaña.

La propuesta de los *camins de fusta*, simplemente esbozada a partir del itinerario centrado en Benlloc, presenta un potencial suficiente para desarrollarse en otros lugares con senderos madereros similares y podría incluso dar pie a crear una marca identificativa bajo ese mismo nombre u otro parecido –en la línea de crear productos diferenciados y diferenciales– para añadir contenidos, significado y atractivo a la práctica senderista. La revitalización de un patrimonio en peligro sería uno de los resultados derivados del proyecto que, por otra parte, debería contribuir a consolidar la oferta de este tipo de productos y de las dotaciones que el medio rural oferta, tanto a la población local como a los visitantes. Además, la apuesta por la creación de itinerarios de patrimonio o rutas patrimoniales también supone distribuir las visitas por el territorio, evitando la concentración que otras actividades plantean –festivales, pruebas deportivas, ferias o mercados, etc.– y contribuiría a dinamizar una red de senderos que fomenta el acceso a recursos y dotaciones de una forma escalonada y relativamente ordenada.

6. CONCLUSIONES: GARANTIZAR LA PRESERVACIÓN, LA GESTIÓN Y LA PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL

El turismo patrimonial o cultural parece una especialidad minoritaria, pero, como complemento a las demás actividades turísticas, supone un valor añadido y diferenciador para los territorios y, concretamente, para las zonas rurales de montaña. Si aumentamos el grado de especialización, el turismo forestal estaría incluido en esa categoría y se centraría en aprovechar recursos de la historia forestal y los aprovechamientos extraídos del bosque con la finalidad de diversificar la oferta turístico-cultural, vincularla a la personalidad de cada territorio y dar a conocer un patrimonio que, por norma general, nunca ha conseguido gran visibilidad con la excepción de lugares con gran tradición maderera (Valsaín, Cazorla, Pirineos, etc.). Las posibilidades que brinda la red de caminos y senderos tradicionales, antaño utilizados para transportar productos tan esenciales como la madera, el carbón vegetal, la resina, el corcho, etc., son diversas y enriquecedoras, dado que la información patrimonial resulta fácil de suministrar y se adapta tanto a turistas que solo quieran adentrarse en el ámbito temático concreto (por ejemplo, las vías históricas de saca de madera) como a quienes tengan intereses más globales o directamente otros diferentes (senderistas, cicloturistas, etc.). En este sentido, la información asociada al proyecto Camins de Fusta supone aportar un complemento patrimonial, cultural, turístico e histórico que puede enriquecer cualquier experiencia, esté motivada por una actividad senderista con finalidad más o menos deportiva u otra de tipo excursionista con un objetivo más familiar o relajado. El objetivo es dotar a las rutas de puntos de información que permitan a los visitantes, sea cual sea su naturaleza y procedencia, aprender y/o profundizar en el conocimiento de los valores de un territorio y, en concreto, del itinerario que están realizando por las más diversas motivaciones.

Se trata, en suma, de dar sentido a la experiencia turística o deportiva, de brindar la posibilidad de acceder a un conocimiento más íntimo del territorio en el que realizas una actividad recreativa y, por lo tanto, aportar elementos diferenciadores y enriquecedores. El mensaje sería: circulas por un camino con más de 200 a 700 años de historia que ha servido para comunicarse cuando no había vehículos a motor y que era utilizado para transportar madera con la que se construían barcos como los que sirvieron a España para dominar el comercio marítimo con ultramar durante muchos siglos.

La propuesta de convertir la red de senderos en itinerarios culturales de ámbito forestal contribuye a diseñar una oferta turística en municipios que carecen de la misma o diversificarla en aquellos donde es manifiestamente insuficiente o donde no han sido capaces de impulsar iniciativas en ese sentido incurriendo en la infravaloración de sus recursos propios a pesar, por ejemplo, de haber emprendido otras acciones culturales como la creación de festivales de música, restauración de elementos patrimoniales, etc. Los *camins de fusta* aportan un elemento estratégico añadido, ya que deben servir para visibilizar y valorizar un patrimonio cultural que está en peligro de desaparición (edificios que amenazan ruina o que han perdido su función, topónimos que casi nadie reconoce y recuerda, tradiciones y profesiones desaparecidas, etc.), además de garantizar su propia conservación, ya que por falta de uso algunas de las pistas forestales empiezan a desdibujarse. En definitiva, a través de estos proyectos de aprovechamiento turístico, mediante la conversión de recursos en productos, deben generarse herramientas para asegurar la gestión de ese patrimonio cultural y garantizar así dos objetivos clave: su preservación y la satisfacción del turista, que debería conseguir experiencias positivas con su visita.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Araque Jiménez, Eduardo y Egidio Moya García (eds.). 2012. *Aprovechamientos madereros en los montes jienenses (siglos XVIII-XX)*. Jaén: Universidad de Jaén.
- Borja Cortijo, Helios. 2022. «La nieve en el Alto Palancia: su uso histórico (2)». *Boletín del Instituto de Cultural del Alto Palancia* 28: 7-38.
- Catalán Font, Carlos. 1995. «Noticias de Vinaròs a finales del siglo XVIII». *Boletín del Centro de Estudios del Maestrazgo* 51-52: 103-117.
- Escribano Pizarro, Jaime y Luis del Romero Renau. 2019. «El papel de los espacios rurales y la cooperación urbano-rural en la articulación del territorio valenciano». En *Informe sobre la evolución y la situación territorial de la Comunitat Valenciana*, coord. Joaquín Farinós Dasí. València: Universitat de València, 133-180.
- Farinós Dasí, Joaquín (coord.). 2019. *Informe sobre la evolución y la situación territorial de la Comunitat Valenciana*. València: Universitat de València.

- Guiral-Hadziiossif, Jacqueline. 1989. *Valencia puerto mediterráneo en el siglo XV (1410-1525)*. València: Edicions Alfons El Magnànim, IVE.
- Hernández Ramírez, Javier. 2011. «Los caminos de patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 9-2: 225-236.
- Igual Luis, David. 2019. «Després de la conquesta cristiana: societat i economia a l'Almassora medieval». En *Els orígens de la vila d'Almassora. Nous documents, noves visions*, coord. Javier Soriano Martí. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, 79-110.
- López Arandia, María Amparo. 2012. «Maderas del Rey. Aprovechamientos madereros en la provincia marítima de Segura de la Sierra». En *Aprovechamientos madereros en los montes jienenses (siglos XVIII-XX)*, eds. Eduardo Araque Jiménez y Egidio Moya García. Jaén: Universidad de Jaén, 13-78.
- López Olivares, Diego. 1998. *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Estudio práctico de un espacio de 'desarrollo turístico incipiente': el Alto Palancia (Castellón)*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Mata Olmo, Rafael y Àlex Tarroja Coscuela. 2006. *El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Mateu Ibars, Josefina. 1960. «La inspección de los bosques de Vallivana y Vallcanera por el capitán Antonio de Alzate en 1588». *Boletín de la Sociedad Castellonense de Cultura* 36: 217-224.
- Melià Tena, Casimir. 1978. *L'economia del Regne de València segons Cavanilles*. València: L'Estel.
- Muñoz, Francesc. 2006. «UrBANALización: la huelga de los paisajes». En *El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*, coords. Rafael Mata y Àlex Tarroja. Barcelona: Diputació de Barcelona, 143-163.
- Salvador Esteban, Emilia. 1972. *La economía valenciana en el siglo XVI (Comercio de importación)*. Valencia: Universidad de Valencia, Departamento de Historia Moderna.
- Sánchez Adell, José. 1982. *Castellón de la Plana en la Baja Edad Media*. Castelló de la Plana: Sociedad Castellonense de Cultura.
- . 1993. «Una historia con viejas raíces. El puerto y el Grao de Castellón». *Castelló Festa Plena. Cien años del Puerto, Verano 93*. Castelló de la Plana: Litografía Castellón, 4-20.

- Soriano Martí, Javier. 2002. *Aprovechamientos históricos y situación actual del bosque en Castelló*. Burjassot (Valencia): Bancaixa Fundació Caixa Castelló.
- . 2013. «La conversió dels paisatges de pedra en sec en un producte turístic en Els Ports i El Maestrat: creació d'una xarxa d'observatoris». En *VII Trobada d'Estudi per a la Preservació del Patrimoni de la Pedra en Sec als Països Catalans*. Vilafranca: Ajuntament de Vilafranca, 192-199.
- (coord.). 2019. *Els orígens de la vila d'Almassora. Nous documents, noves visions*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Viciana, Rafael Martí de. 1564. *Crónica del Reyno de Valencia*. Borriana: Ediciones Histórico-Artísticas (edición facsímil).
- Vidal Matzanke, Antonio, Héctor Esteve Ibáñez y Pablo Vidal González. 2022. «Can cultural heritage be a successful strategy as a tourist experience? The case of tourist establishments in the mountains of Valencia, Spain». *Journal of Heritage Tourism* 18(2): 265-282.

8. FUENTES DOCUMENTALES

Archivo General de Simancas (Marina)

Legajo 552, año 1738

Legajo 572, años 1749 y 1751

Legajo 561, año 1760

CREACIÓN DE LOS TEMAS Y EL RELATO INTERPRETATIVO PARA EL TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE VALENCIA (ESPAÑA)

MARÍA JOSÉ VIÑALS

Universitat Politècnica de València

Palabras clave: Patrimonio, mensajes y relato interpretativo, turismo cultural, València.

Keywords: Heritage, Interpretive Themes and Storytelling, Cultural Tourism, València.

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de mensajes y relatos interpretativos constituye un elemento importante de los programas de interpretación del patrimonio. Resultan especialmente útiles para la puesta en valor turística de un elemento patrimonial sea un monumento o un territorio, ya que son reflejo de los valores y la singularidad del sitio y también de la identidad social de sus habitantes, porque destacan los elementos fundamentales que lo hacen único y diferente. La interpretación del patrimonio también puede considerarse como un instrumento útil de planificación, gestión y comunicación estratégica en el marco de las estrategias de desarrollo territorial municipal (Continenza, Redi y Trizio

2017), y para la definición de políticas de conservación y uso social del patrimonio (Uzzel 1989, Copeland 2004, Mason 2005, Leask 2010).

El objetivo principal de este artículo es presentar el proceso seguido para identificar los mensajes o temas y el relato cultural interpretativo de València (España), que reflejen la identidad patrimonial, histórica y social de la ciudad. La oportunidad de desarrollar este trabajo reside en el hecho de que las instituciones turísticas de la ciudad de València no han realizado, hasta el momento, documentos oficiales de comunicación estratégica con contenidos interpretativos. De esta forma, se aborda la realización de un discurso narrativo interpretativo basado en mensajes culturales que sirvan para dar cohesión a la oferta turística cultural existente en la ciudad de València.

En relación con la audiencia a la que se dirigen las propuestas interpretativas de este trabajo, hay que mencionar que se ha focalizado sobre un público generalista que es el que constituye el segmento de mayor volumen de demanda turística existente en las ciudades.

2. MARCO CONCEPTUAL

La interpretación del patrimonio es una herramienta que permite el acercamiento intelectual y emocional de los visitantes al patrimonio; por tanto, se enmarca en el ámbito de la comunicación estratégica, tal como destaca ICOMOS (2008) en la *Carta para Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural*. Tiene como propósito principal desarrollar actitudes y comportamientos de aprecio y de conservación por el patrimonio entre los visitantes, tal como como expresó Tilden (1957). Para ello, se vale de numerosas técnicas, medios y actividades, pero siempre sobre la base de brindar una experiencia auténtica y memorable a los visitantes basada en emociones y sentimientos que les motiven a conocer cosas nuevas y a implicarse en la conservación del patrimonio (Aldridge 1974, Ham 1992, Beck y Cable 2002, Jones 2007; Buchholz, Lackey, Gross y Zimmerman 2015, entre otros).

Para que resulte realmente eficiente, la interpretación del patrimonio debe ser planificada y para ello, es recomendable considerar los principios establecidos por Ham (1992): orden, amenidad, relevancia, y tematización (presentar un mensaje o tema). El orden y la amenidad son principios básicos para facilitar la asimilación de los contenidos interpretativos en un breve periodo de tiempo y de la forma más agradable posible.

La relevancia es un atributo del tema que tiene que ver con la significancia y pertinencia del mensaje para ser asimilado e interiorizado por el público (gracias al establecimiento de conexiones intelectuales y emocionales). Para ello es necesario dotar al recurso tangible con un significado intangible, a ser posible un «valor universal». Estos son conceptos de significación trascendente para las personas (poder, logro, vanguardia, hedonismo, benevolencia, tradición, innovación, dinamismo, seguridad, salud, tolerancia, paz, libertad, dignidad, aperturismo social, creatividad, entre otros), que inspiran actitudes y predisponen para la acción. Por ello, se pretende que el público pueda recordar ideas o hechos y así sentir una conexión personal con el tema.

El mensaje o tema interpretativo es la plasmación (textual o verbal) de la idea principal que se pretende transmitir a los visitantes sobre el lugar o elemento. Su formulación conceptual debe estar basada, como se ha comentado, en los valores universales que conectan el elemento patrimonial con las personas. Deben expresarse de forma comprensible, ser fáciles de procesar mentalmente y de recordar por la audiencia. Además, deben enmarcarse en un tópico y en un contexto espacio-temporal. El tópico es el asunto sobre el que versa una presentación interpretativa (historia, arquitectura, sociedad, bosques, gestión del agua, tradiciones, monumentos, naturaleza, pesca, agricultura, oficios tradicionales, antiguas civilizaciones, fauna, estilo de vida, festividades, etc.).

El relato (*storytelling*) es un tipo especial de narrativa utilizado en los programas de interpretación para desarrollar el mensaje o tema y poder crear así conexiones intelectuales y emocionales entre el público y el elemento patrimonial. Es diferente a las presentaciones de contenidos habituales que siguen un eje cronológico histórico de datos y hechos, ya que estas últimas no estimulan la imaginación ni las emociones de las personas (Staiff 2014). Los relatos han sido siempre el método más primario para transmitir experiencias, tradiciones orales y conocimientos. Son actos cognitivos importantes, ya que encapsulan información, conocimientos, contexto y emoción en un complejo conjunto (Norman 1993), y pueden almacenarse en la memoria y compartirse una y otra vez. Los relatos, además, ayudan a los visitantes a comprender el lugar o los objetos y a comprometerse con ellos (Howard 2003). Muchas instituciones como la Lancaster County Planning Commission (2007) centran la interpretación del patrimonio en el hecho de contar buenas historias.

3. METODOLOGÍA

La metodología seguida en este trabajo ha sido el análisis de la literatura científica relacionada con la conceptualización de la interpretación del patrimonio y también la referida a la historia y el patrimonio de la ciudad de València.

Se ha realizado trabajo de campo consistente en la caracterización de los recorridos urbanos (*streetscape*) y de los atractivos patrimoniales existentes en cada barrio. Además, se han georreferenciado los elementos patrimoniales y se ha elaborado un análisis histórico de cada uno de ellos para determinar su papel en el relato interpretativo de la ciudad.

Por otra parte, se ha recurrido a la realización de entrevistas en profundidad con gestores de los sitios patrimoniales y al asesoramiento experto de historiadores para orientar el relato histórico a tenor de los valores o conceptos universales seleccionados.

Toda la información documental y gráfica ha sido inventariada en fichas de trabajo siguiendo la metodología de Viñals et al. (2017), y se han elaborado esquemas cartográficos sencillos para plasmar gráficamente la geocalización y los rasgos geoespaciales de cada barrio.

Adicionalmente, se realizaron entrevistas con los actores interesados (personal de empresas culturales, guías turísticos, agentes de viaje, gestores del patrimonio, planificadores urbanísticos, académicos, entre otros) para conocer sus impresiones acerca de los contenidos interpretativos que habitualmente desarrollan. Posteriormente se les solicitó la validación de los resultados finales elaborados en este trabajo.

4. OBJETO DE ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO DE PARTIDA

El objeto de estudio de este trabajo ha sido la ciudad de València. Se ha analizado su centro histórico y también los barrios de la ciudad donde tienen lugar actividades turísticas culturales (Ciutat Vella, Ensanche, Extramurs, Quatre Carreres, Cabanyal-Canyamelar y Playa Malvarrosa y Frente marítimo), en aras de integrar todos los elementos patrimoniales significativos bajo los mismos mensajes interpretativos (fig. 1).

Los tópicos culturales en donde se han enmarcado los temas interpretativos identificados en este trabajo han sido: historia, arquitectura, y sociedad.

Es evidente que la arquitectura es el t3pico que permite una mayor visibilizaci3n de los mensajes a tenor de su materialidad, mientras que la historia y los valores sociales resultan m3s complejos de tangibilizar.

El diagn3stico patrimonial fue realizado a partir de un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), cuyos resultados aparecen en la tabla I. De esta forma, una serie de ideas-fuerza se identificaron para conceptualizar los mensajes.

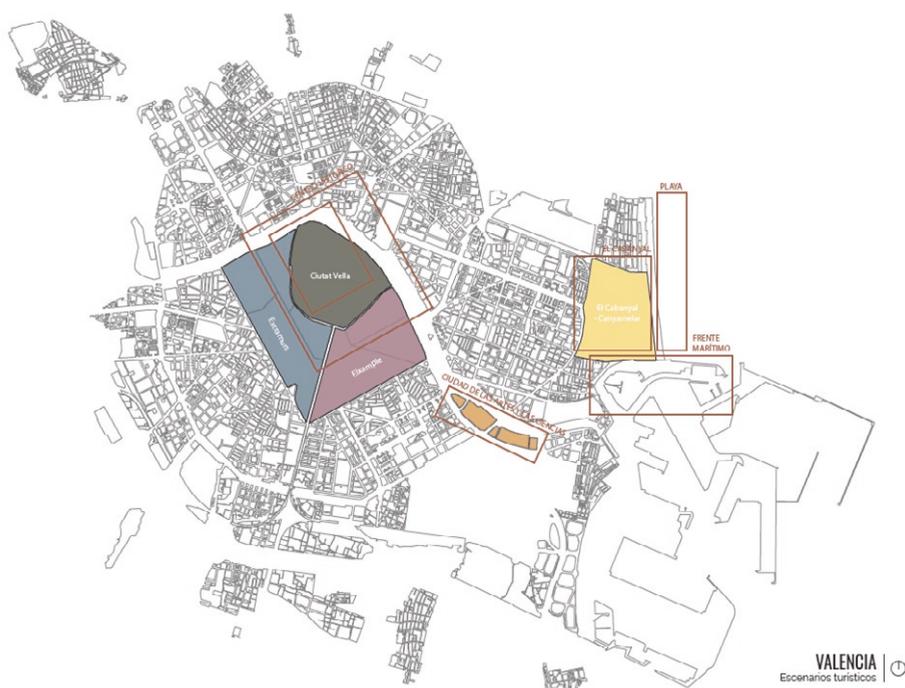


Figura 1. Barrios de València donde tienen lugar actividades turísticas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla I. Resultados del diagnóstico DAFO sobre los valores culturales de València

Fortalezas	Debilidades
<p>Historia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más de 2.000 años de historia urbana continuada • Hilo conductor histórico que une la mayor parte de los monumentos • Desarrollo de importantes hechos históricos en la ciudad a nivel europeo • Existencia de museos que documentan la historia de la ciudad • Elementos del patrimonio intangible que sustentan el relato histórico (Tribunal de las Aguas, etc.) • Ciudad viva (vs. musealizada) 	<p>Historia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La historia es un tópico difícil de tangibilizar, y de crear conexiones emocionales con la audiencia • Solape espacio-temporal de los escenarios históricos
<p>Sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciudad de escala humana (tamaño medio-grande). Este atributo resulta bien valorado por los residentes • Carácter abierto y hospitalario de los habitantes (aperturismo social) • Los residentes tienen la percepción de sí mismos de detentar unos rasgos de personalidad singulares (creatividad, innovación, espontaneidad, emprendimiento, resiliencia, etc.) (Viñals y Alonso-Monasterio 2018) • Los residentes tienen un importante «sentido de apego» a su patrimonio (Viñals y Alonso-Monasterio 2018) • Identificación de los residentes con su patrimonio • Importantes festividades y eventos de gran experiencialidad (Fallas, procesiones religiosas, fiestas locales, etc.) 	<p>Sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al tratarse de atributos intangibles de los individuos, no siempre está garantizada su manifestación social

Fortalezas	Debilidades
<p>Arquitectura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representación patrimonial artística de todos los momentos históricos • Importantes edificios patrimoniales civiles • Numerosos monumentos gestionados por administraciones públicas • Monumentos que incluyen importantes elementos del patrimonio mueble (obras de arte pictóricas, etc.) • La gran mayoría de los monumentos se encuentran en buen estado de conservación • Elementos patrimoniales que desempeñan actualmente la función para la que fueron creados (Mercado Central, Estación del Norte, Catedral, Palau de la Generalitat, etc.) • Proyectos urbanísticos de vanguardia vinculados a espacios verdes (Corredor Verde del río Turia, Parque Central, etc.) • Edificios icónicos de época contemporánea (Ciudad de las Artes y las Ciencias, Palau de Congressos, etc.) de gran significancia • Barrios auténticos y con identidad • Privilegiados atributos naturales (clima, luminosidad, topografía plana, etc.) bien valorados por los residentes y los visitantes 	<p>Arquitectura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los monumentos de los periodos, sobre todo, romano, cristiano-visigótico y andalusí se encuentran fragmentados y descontextualizados • La integridad del centro histórico resulta difícil de considerar al no estar perimetrado por las antiguas murallas

Por tanto, y como resumen, se puede decir que la ciudad posee valores intrínsecos significativos en el contexto geográfico meridional europeo que apuntan hacia valores o conceptos universales de vanguardia, singularidad, dinamismo y aperturismo social. Estos valores se pueden encontrar bajo diversas formulaciones en los diferentes periodos históricos que ha experimentado la ciudad, y también en la actualidad en estrecha conexión con distintos espacios y elementos construidos.

5. RESULTADOS

La elección del mensaje principal para València se ha fundamentado sobre los hechos que hacen a la ciudad única y singular desde el punto de vista cultural. Hay que comentar que, si bien la ciudad posee elementos del patrimonio histórico-cultural muy relevantes, no resultan lo suficientemente diferenciadores de otros destinos mediterráneos, por ello se ha elegido el elemento tangible más singular y de mayor proyección internacional que es la Ciudad de las Artes y las Ciencias como inspiración para establecer el mensaje principal. Desde el momento de su aparición en la ciudad, este complejo supuso la incorporación de nuevos contenidos tangibles e intangibles para València, tal como expuso Rausell Köster (2004).

Posteriormente, y basándonos en los mismos valores universales, se han descrito otros subtemas adaptados a cada momento histórico para poder seguir un relato cronológico coherente, utilizando como elementos tangibles de soporte los inmuebles patrimoniales y la historia como apoyo intangible de los mismos. El mensaje principal (fig. 2) se ha construido sobre la base de los ya mencionados valores universales de vanguardia, singularidad, dinamismo y aperturismo social y el contexto o ámbito geográfico en donde se inscribe este mensaje es la región mediterránea.

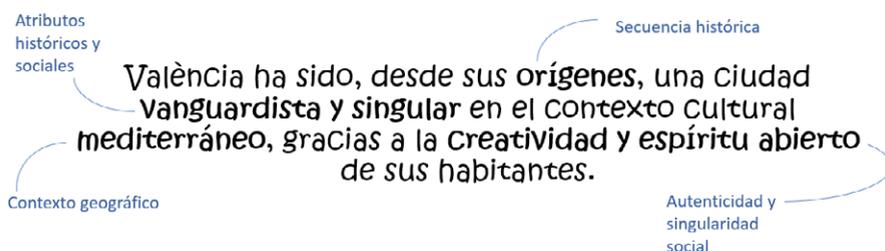


Figura 2. Mensaje interpretativo de la ciudad de València

5.1. Criterios para la elección de los recursos patrimoniales sobre los que se apoyan los mensajes interpretativos

Los elementos patrimoniales seleccionados de soporte al mensaje interpretativo han sido evaluados según su valor intrínseco y también turístico, siguiendo los criterios de Viñals et al. (2017). Los criterios de valoración intrínseca son inherentes a los valores y atributos del elemento en relación al ámbito al que se adscribe (arquitectura, arqueología, urbanismo, historia, arte, etnografía, sociedad, ciencia, tecnología, etc.). De este modo, un elemento es evaluado según los criterios siguientes: significancia, representatividad, singularidad, integridad, autenticidad y contextualización. Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un sitio o elemento no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística.

La evaluación turística se ha realizado a partir de la aplicación de otros criterios tales como atractividad, resistencia (*vs.* fragilidad/vulnerabilidad), disponibilidad, accesibilidad, factibilidad y valores educacionales. Cabe mencionar que la atractividad es particularmente complicada de evaluar porque es un criterio con cierto carácter subjetivo y que puede variar dependiendo de los rasgos de personalidad y las preferencias de las diferentes audiencias. No obstante, en general, los elementos de marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos.

Además, se ha considerado en esta evaluación aspectos como el estado de conservación de los recursos, su localización espacial, su potencial para inscribirlo en una historia o contexto mayor, los atributos intangibles que lleva asociados, la percepción que tiene el público del recurso, y su disponibilidad (propiedad del recurso, horarios, accesibilidad, etc.), entre otros.

5.2. Identificación de subtemas interpretativos para cada periodo histórico y recursos asociados

En este apartado se presentan los mensajes o subtemas adaptados a los diferentes momentos históricos y asociados a determinados elementos patrimoniales históricos.

La información patrimonial e histórica que se presenta en los apartados posteriores ha sido básicamente recabada de las fichas de Bienes de Interés Cultural (BIC) procedentes del *Inventario General del Patrimonio*

Cultural Valencià (Conselleria de Educació, Cultura y Deporte, Generalitat Valenciana), del *Catálogo de Bienes y Espacios Protegidos del Ajuntament de València* (n. f.), del Plan Especial de Protección Ciutat Vella (Ajuntament de València 2020), y de publicaciones de referencia sobre el patrimonio valenciano tales como los realizados por Ribera (1998), Taberner (2007) y Baydal (2016; 2018), entre otros.

5.2.1. «València Antigua»

Bajo esta denominación, se han agrupado los recursos patrimoniales de época romana, cristiano-visigótica (siglo II a.C. - siglo VII) y los de época andalusí musulmana (siglos VIII-XIII). Este momento histórico tiene su plasmación en el espacio geográfico del distrito Ciutat Vella. Los subtemas interpretativos identificados para «València Antigua» son:

«València es una de las pocas ciudades europeas que ha estado habitada de forma continuada durante más de dos milenios» (singularidad)

«Los árabes desarrollaron técnicas agrícolas innovadoras, trajeron nuevos alimentos y crearon organismos de regulación agrícola, dando lugar a una de las más importantes regiones agrícolas del Mediterráneo» (innovación y vanguardia)

Los hechos relevantes concernientes a este periodo que avalan estos subtemas son:

- València fue una de las colonias romanas más antiguas de la península ibérica (siglo II a. C.), y destacó por su importancia estratégica en la fachada mediterránea peninsular.
- La ciudad tuvo, desde el principio, la consideración urbana más alta de la época: era una colonia romana con un notable desarrollo urbanístico (existencia de un gran circo romano, que pocas urbes de la península ibérica tenían).
- Se produjo un liderazgo estratégico de la ciudad en los siglos VI y VII, durante el período cristiano-visigótico (a nivel ibérico y mediterráneo), en el que, a pesar de las dificultades y el proceso de ruralización,

València era capital de una diócesis con una destacada catedral. Parte de sus restos, en los que se veneró al diácono mártir Vicente, son actualmente visitables en la Cripta Arqueológica de la Cárcel de San Vicente.

- Con la formación de Al-Andalus a partir del año 711, llegan a València grupos de campesinos árabes del Próximo Oriente y bereberes del norte de África, y el paisaje agrario comenzó a cambiar gracias a sus avanzadas técnicas de captación y distribución de agua. De este modo, se fueron desarrollando espacios irrigados de huerta, cuyo caso más espectacular fue el de la Huerta de Valencia (la segunda huerta histórica más grande de todo el Mediterráneo, tan solo por detrás de la de Damasco).
- Los árabes crearon un organismo que regulaba la gestión del agua de la Huerta: El Tribunal de las Aguas (Guinot 2005), actualmente incluido en la Lista de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. Además, introducen nuevos productos agrícolas procedentes de Asia, como las alcachofas, las berenjenas, las calabazas, los albaricoques, los melones, la caña de azúcar, el azafrán, las naranjas o el arroz que son elementos clave de la dieta mediterránea.
- Durante los siglos XI al XIII: la ciudad ejerció como capital de una taifa islámica (*Balansya*) y se volvió a desarrollar urbanísticamente de manera notable, ampliando su perímetro poblacional con unas nuevas murallas de las que todavía quedan algunos restos (Portal de Valldigna, la Galería del Tossal y otros tramos y torres al aire libre).
- Socialmente, en el siglo XIII, se produjo una coexistencia de culturas de diversas religiones (musulmana, judía y cristiana) que es una circunstancia inédita en la Europa del momento (Gómez 2015).

Los recursos culturales que tangibilizan estos subtemas se presentan en la tabla II y su localización geográfica en el distrito de Ciutat Vella en la figura 3.

Tabla II. Elementos patrimoniales asociados a «València Antigua»

«València antigua»
<p><i>Torres de Serranos:</i> Antes de ser la puerta principal de la muralla cristiana, en este mismo lugar ya estaba Bab al-Qantara (la «Puerta del Puente»), que era el acceso principal de las murallas musulmanas de la ciudad por la parte norte.</p>
<p><i>Restos de muralla árabe:</i> Recorrido por las calles Palomino, plaza del Ángel, en Borràs y Mare Vella hasta llegar al Portal de Valldigna (acceso que se abrió en 1400 en el perímetro amurallado del siglo XI).</p>
<p><i>Calle Caballeros:</i> Sigue el trazado del <i>Decumanus Maximus</i>, uno de los dos ejes sobre los que se construyó la ciudad romana. Su importancia histórica quedó reflejada en la instalación posterior de los principales palacios urbanos e institucionales de época medieval.</p>
<p><i>Restos Foro romano:</i> El Museo de la Almoina es un espacio musealizado que resulta el principal lugar para observar los restos conservados de época romana.</p>
<p><i>Cripta arqueológica de San Vicente Mártir:</i> Es un espacio musealizado donde se encuentran parte de los restos de la catedral visigótica.</p>
<p><i>Tribunal de las Aguas:</i> Actúa los jueves a las 12:00 ante la puerta de los Apóstoles de la Catedral. Es una herencia del esplendor agrícola andalusí.</p>
<p><i>Baños del Almirante:</i> No es un edificio árabe, sino posterior, pero está inspirado en la estética andalusí.</p>

VALENCIA ANTIGUA

(Siglo II a.C. - Siglo XIII)

RECURSOS PATRIMONIALES

- 1 Torres de Serranos
- 2 Restos de la muralla árabe
- 3 Calle Caballeros
- 4 Restos del Foro Romano
- 5 Cripta Arqueológica de San Vicente Mártir
- 6 Tribunal de las Aguas
- 7 Baños del Almirante

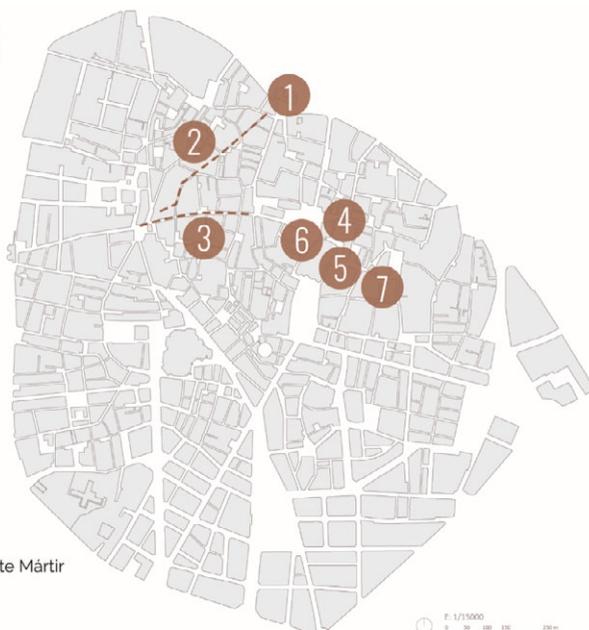


Figura 3: Principales recursos patrimoniales portadores de los subtemas correspondientes a «València Antigua». Fuente: Elaboración propia

5.2.2. «València del Siglo de Oro»

Este tópico corresponde a la época bajomedieval cristiana (siglos XIII-XV), cuando la ciudad conoció un importante apogeo económico, político y artístico. Abarca desde la conquista del rey Jaime I en el siglo XIII hasta el siglo XV. Este momento histórico tiene su plasmación, sobre todo, en el espacio geográfico del distrito Ciutat Vella. También hay edificios en la zona del Puerto (Reales Atarazanas, astilleros donde se construían los barcos). Los subtemas interpretativos identificados para «València Siglo de Oro» son:

«La València bajomedieval del siglo XV representaba la vanguardia política europea con la implantación de un modelo de gobernanza parlamentario único» (vanguardia)

«La València bajomedieval del siglo xv fue un momento de gran esplendor económico ya que era una importante potencia comercial del Mediterráneo» (liderazgo)

«Dos de los edificios civiles de estilo gótico mediterráneo más importantes de Europa se construyeron en este momento en la ciudad: La Lonja y el Palau de la Generalitat» (singularidad)

Los hechos relevantes concernientes a este periodo que avalan estos subtemas son:

- En 1238, tras la conquista por el rey cristiano Jaime I, la ciudad se puso al frente de la vanguardia política del momento. El rey, con el visto bueno del papado, designó València como capital de un extenso territorio, el Reino de València, condición política del máximo nivel que muy pocos núcleos urbanos tenían en la Europa del momento.
- El Reino de València tenía un sofisticado y moderno código legislativo propio (los Fueros) y un sistema de gestión de los asuntos públicos basado en las Cortes y el autogobierno. Fue el único de los reinos creados a partir del siglo XIII en la península ibérica con aquellas características jurídicas y parlamentarias.
- Dos grandes edificios civiles de estilo gótico mediterráneo fueron construidos durante el siglo xv cuando aquella vanguardia política llegó a su máximo esplendor: el Palau de la Generalitat, dedicado a acoger a las máximas instituciones representativas (hecho que no suele encontrar parangón en otras ciudades europeas del período, donde los edificios civiles más importantes suelen pertenecer bien a la Corona, o a los municipios), y la Lonja de los Mercaderes o de la Seda, diseñada para albergar los principales negocios mercantiles (entre ellos los derivados de la Ruta de la Seda) y financieros que tenían su base en el territorio valenciano.
- El gótico mediterráneo es una singularidad arquitectónica de la València bajomedieval, propio de la Corona de Aragón y que se observa en los principales monumentos de la época (Mira González y Zaragoza Catalán, 2003).
- El Santo Grial, una de las reliquias más importantes de la Cristiandad, llega a València en 1437, como aval de un préstamo que le hizo la ciudad al rey Alfonso el Magnánimo (Martín Lloris 2010). Se encuentra en la Catedral de València.

- Los frescos de los «Ángeles músicos» de la Catedral son las primeras y mejores pinturas de estilo del Quattrocento (estilo renacentista italiano) de toda la península ibérica. Esta influencia artística llegó desde Roma a través de artistas (Paolo da San Leocadio) contratados por el papa Alejandro VI (Puig 2019).
- La familia valenciana de los Borja, de la mano del rey Alfonso el Magnánimo, alcanza, durante este periodo, el pontificado en Roma en dos ocasiones: con Calixto III (1455-1458) y con Alejandro VI (1492-1503). De este modo, los Borja fueron una de las familias más poderosas del mundo del siglo xv. En la ciudad de València está su palacio familiar.
- Instalación en la ciudad de la primera imprenta de España traída desde Maguncia (hacia 1470). Era una Gutenberg alemana y en ella se imprimió la primera obra literaria de España (uno de los primeros incunables) y también la primera Biblia en lengua romance (valenciano) de Europa (1478). A finales del siglo xv y durante el xvi, València era considerada el primer centro editorial de España, por ello eran frecuentes en la ciudad los impresores, encuadernadores, curtidores e ilustradores (Berger 1994).
- Una importante producción literaria tuvo también lugar en la ciudad de la mano de autores como Joanot Martorell, Ausiàs March, Joan Roís de Corella, Pau de Bellviure o Isabel de Villena.

Los recursos culturales que tangibilizan estos subtemas se encuentran en la tabla III y su localización geográfica en la figura 4.

Tabla III. Elementos patrimoniales asociados a «València Siglo de Oro»

«València Siglo de Oro»

Torres de Serranos: Era la puerta principal de entrada a aquella València bajomedieval.

Palacio de los Borja (actual sede de las Cortes Valencianas): Residencia familiar de la familia Borja en la ciudad de València.

Palau de la Generalitat: Edificio que mantiene su función de representación de las instituciones políticas desde su fundación en el histórico Reino de València.

Catedral, Micalet y Santo Grial: La Catedral conjuga diversos estilos, pero su construcción fue iniciada precisamente en aquella época bajomedieval, en la que también se construyó su campanario, el emblemático Micalet. La catedral alberga el Santo Cáliz.

Iglesia de San Juan del Hospital: Monumento de época de Jaime I que visibiliza la transición del románico al gótico. En él se encuentran las únicas pinturas al fresco románicas existentes en la ciudad.

Lonja de Mercaderes o de la Seda: Es el edificio histórico más importante de la ciudad, de estilo gótico, culminación del Siglo de Oro y construido por Pere Compte. Esta declarado como sitio Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

VALENCIA: Siglo de Oro (Siglo XV)

RECURSOS PATRIMONIALES

- 1 Torres de Serranos
- 2 Palacio de los Borja
- 3 Palau de la Generalitat
- 4 Catedral y Micalet
- 5 Iglesia de San Juan del Hospital
- 6 Lonja de los Mercaderes



Figura 4. Localización geográfica de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas de «Valencia: Siglo de Oro». Fuente: Elaboración propia

5.2.3. «València Moderna: Arte y Artesanos»

En este tópico se ha incluido el periodo renacentista (s. XVI) y la época moderna (ss. XVII y XVIII) que fue cuando se fraguó la identidad social valenciana de la mano de sus artistas y artesanos.

El rasgo más distintivo de la «València Renacentista» fue la eclosión de las ideas humanistas. Otros tópicos identificados han sido: «València del Arte» por la existencia de obras de notables pintores y arquitectos que consolidaron una tradición artística iniciada en el periodo anterior, y la «València de las Artesanías», momento preindustrial donde destacan sectores como la producción cerámica y sedera que marcarán la identidad creativa de la ciudad. Se inscribe en este periodo el nacimiento de las Fallas, vinculadas al gremio de carpinteros, y actualmente designadas por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Este momento histórico tiene su plasmación, sobre todo, en el espacio geográfico del distrito de Ciutat Vella. Los subtemas interpretativos identificados para este tópico son:

«Durante la València moderna (XVII-XVIII) se sentaron las bases de los rasgos de identidad valenciana como son la creatividad artística y artesanal» (singularidad)

«En València están bien representados todos los estilos arquitectónicos de la época renacentista, barroca, rococó y neoclásica, encontrando tanto edificios religiosos como civiles» (representatividad)

Los hechos relevantes concernientes a este periodo que avalan estos subtemas son:

- El siglo XVI, al igual que en el resto de la Europa meridional, fue una centuria de fuertes contrastes en la ciudad de València. De un lado, la ciudad lideró el avance de las ideas humanistas y se fundó la primera universidad valenciana en 1502: Universidad de València Studi General, establecida por el papa Alejandro VI. Además, se consolidó el mundo editorial (hay incluso una mujer impresora: Jerónima Galés), y habitaban la ciudad grandes humanistas como Juan Luis Vives. De otro lado, la ciudad experimentó el desarrollo del autoritarismo estatal y de la Contrarreforma religiosa.
- En la arquitectura del siglo XVI predominó el estilo renacentista, mientras que en el XVII y XVIII se desarrolló una particular estética dentro

de la arquitectura religiosa barroca y una arquitectura civil de estilos neoclásico y rococó.

- Durante los siglos modernos (XVII y XVIII), València adquirió la fama de ciudad de artistas con la que llegó a la contemporaneidad.
- Se produjo el desarrollo de la València artesanal que condujo hacia la modernidad de la ciudad mediante las dos principales industrias urbanas del momento: la cerámica y la seda. El gremio de carpinteros también tenía una buena representación en la ciudad.
- La imprenta siguió en auge y se realizó en la ciudad una de las primeras ediciones del *Quijote* a principios del siglo XVII.

Los recursos culturales que tangibilizan estos subtemas se encuentran en las tablas IV, V, VI y su localización geográfica en la figura 5.

Tabla IV. Elementos patrimoniales asociados a «València Renacentista»

«València Renacentista»
<p><i>Iglesia de San Martín:</i> Destaca por su original planta trapezoidal, construida sobre una iglesia gótica de conquista, y que se adapta a las complejidades del entramado urbano, así como por la bóveda de horno con casetones de traza renacentista que se realizó a mitad del siglo XVI, con unas características únicas en la ciudad de Valencia.</p>
<p><i>Real Convento Seminario del Corpus Christi:</i> Fue levantado a instancias del patriarca San Juan de Ribera. Su claustro está considerado uno de los más bellos del Renacimiento español.</p>
<p><i>La Nau:</i> Edificio creado para ser sede de la Universitat de València. El proyecto original es obra de Pere Compte en 1499, si bien el edificio actual es del siglo XIX, en estilo neorenacentista pero refleja el espíritu de su época.</p>
<p><i>Museo del Corpus o Les Roques:</i> Se trata de una singular construcción del siglo XV destinada ya en su origen a albergar las primitivas carrozas y demás bártulos que acompañan a la procesión del Corpus de València, que todavía se celebra en la actualidad.</p>

 «València Renacentista»

Antiguo Hospital General (actual Biblioteca pública municipal): Este edificio de los siglos XV-XVI tiene su origen en un manicomio que se emplazó en este lugar, donde posteriormente, se reunificarían todos los hospitales de la ciudad.

Monasterio de San Miguel de los Reyes (actual subse de la Conselleria de Cultura): Está considerado como uno de los mejores exponentes de la arquitectura renacentista valenciana.

Colegio de San Pio V (actual Museo de Bellas Artes): El edificio es de trazas barrocas y, en su interior, destaca la inserción del Patio del Palacio del Embajador Vich.

Tabla v. Elementos patrimoniales asociados a «València del Arte»

 «València del Arte»

Iglesia de los Santos Juanes: Fundada en tiempos de la reconquista cristiana, destaca la intervención de finales del siglo XVII, con la construcción de una bóveda de cañón bajo la estructura de crucerías góticas de la nave, que serviría de soporte para los frescos barrocos de Antonio Palomino.

Iglesia de San Nicolás y San Pedro Mártir: Construida sobre una mezquita. Está considerada como el mejor ejemplo de convivencia de un templo de estructura gótica de conquista del siglo XV con una decoración barroca del XVIII en la ciudad de València, donde destacan especialmente las pinturas al fresco diseñadas por Antonio Palomino y ejecutadas por Dionís Vidal.

Palau de Pineda (actual sede de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo): Edificio residencial neoclásico con elementos de la tradición barroca.

Iglesia de Santa Cruz y Convento del Carmen (actualmente Centro de Cultura Contemporánea): Este destacado conjunto monumental fue fundado en el siglo XIII. Destaca su doble claustro, uno de traza gótica y el otro renacentista. De la actual iglesia de la Santa Cruz destaca la evolución desde un tardío manierismo hasta un barroco decorativo pleno.

«València del Arte»

Basilica de la Virgen de los Desamparados: Se construyó en el siglo XVII, en estilo barroco. Destaca la novedosa planta oval inscrita en una geometría trapezoidal. De la intervención del siglo XVIII merecen especial atención los frescos barrocos realizados por Antonio Palomino.

Tabla VI. Elementos patrimoniales asociados a «València de las Artesanías»

«València de las Artesanías»

Plaza Redonda: Diseñada en el siglo XIX como un único edificio, responde a un espacio público de estilo neoclásico. Desde su origen fue planteada para un uso de actividad comercial de tinglados, especialmente de venta de hilaturas.

Palacio del Marqués de Dos Aguas (actual Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias): Es una joya del rococó valenciano donde se pueden contemplar abundantes piezas de la tradición ceramista valenciana.

Palacio de los Boil Arenós (actual Bolsa de Comercio de València): Conocida también como la Casa de los Señores de Bétera. Su construcción se inició en el siglo XIV (gótico) y se concluyó en el siglo XVIII.

Colegio del Arte Mayor de la Seda (actual Museo de la Seda): Esta edificación de base gótica (siglo XV) contiene una importantísima riqueza patrimonial en su interior (frescos, murales y mosaicos).

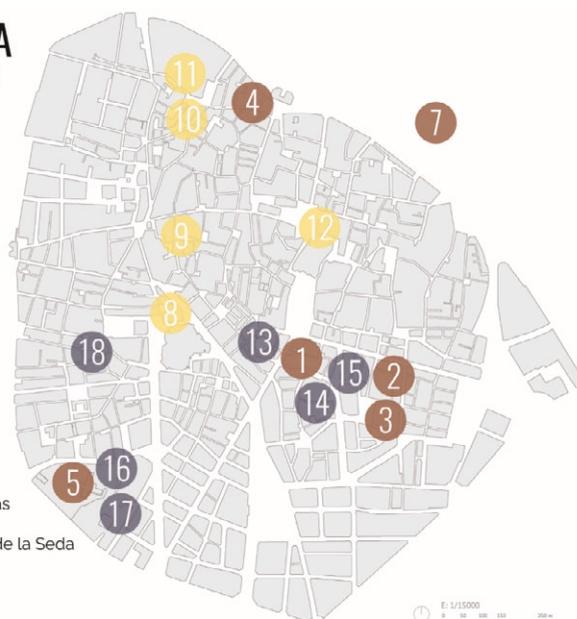
Casa del Gremio de Carpinteros: Edificio de gran planta cuadrangular, ubicado en el barrio de Velluters. Fue construido en el siglo XVIII, si bien su origen es más antiguo.

VALENCIA MODERNA

Arte y Artesanos (s. XVI - XVIII)

RECURSOS PATRIMONIALES

- | | |
|--------------|--|
| RENACIMIENTO | 1 Iglesia de San Martín |
| | 2 Iglesia del Patriarca |
| | 3 Centre Cultural La Nau |
| | 4 Casa de Les Roques |
| | 5 Antiguo Hospital General |
| | 6 San Miguel de los Reyes* |
| | 7 Colegio de San Pío V |
| ARTE | 8 Iglesia de los Santos Juanes |
| | 9 Iglesia de San Nicolás |
| | 10 Palau de Pineda |
| | 11 Antiguo Convento del Carmen |
| | 12 Basílica de la Virgen |
| ARTESANÍAS | 13 Plaza Redonda |
| | 14 Palacio del Marqués de Dos Aguas |
| | 15 Palacio de Boil Arenós |
| | 16 Museo y Colegio del Arte Mayor de la Seda |
| | 17 Centro de Artesanía de la CV |
| | 18 Gremio de Carpinteros |



*El Monasterio de San Miguel de los Reyes se ubica en el barrio de Orriols.

Figura 5. Localización de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas de la «València renacentista», «València del Arte» y «València de las Artesanías».

Fuente: Elaboración propia

5.2.4. «València Contemporánea (siglos XIX-XXI)»

A partir del siglo XIX, València conoce un gran crecimiento urbano; se pasó de 100.000 habitantes a principios del siglo XIX a más de 1.500.000 en la actualidad (Gran València). Su entramado urbano cambió y esto se manifestó, en primer lugar, con el derribo de las murallas, la apertura de las grandes avenidas y el desarrollo de los barrios de Ensanche y Extramuros, la absorción de núcleos históricos tradicionales (Russafa, Patraix, Campanar, Benimaclet, Poblados Marítimos), y la conexión de la ciudad con el mar (Avenida del Puerto).

Los subtemas interpretativos de la «València contemporánea» son:

«València es una de las ciudades españolas más representativas del estilo modernista, plasmándose en edificios públicos muy populares» (singularidad)

«València ha conocido un importante crecimiento urbanístico en los últimos siglos, marcado por su apuesta por la modernidad, el diseño, y las infraestructuras verdes, lo que la sitúa a la vanguardia de las ciudades mediterráneas» (vanguardia)

Los hechos relevantes concernientes a este periodo que avalan estos subtemas son:

- En el distrito del Ensanche, se crean numerosos edificios de la arquitectura contemporánea de estilo historicista, modernista, ecléctico, *art déco* y racionalista.
- También se produce, desde mediados del siglo XX, una apuesta por una València verde. Uno de los principales proyectos innovadores de la ciudad en el contexto mediterráneo de las últimas décadas es la conversión de grandes espacios como el antiguo cauce del río en un corredor verde (Jardín del Turia) que recorre toda la ciudad, y también un inmenso parque urbano (Parque Central) en la antigua zona de vías férreas. Recientemente, se está produciendo un importante cambio con relación a la movilidad urbana con la peatonalización de numerosos viales y el desarrollo de vías ciclistas por todo el trazado urbano y metropolitano.
- Construcción de diversos edificios emblemáticos de la arquitectura contemporánea, sobre todo en el distrito de Quatre Carreres, que han dado a la ciudad una impronta muy vanguardista de gran proyección internacional.

Los recursos culturales que tangibilizan estos subtemas se encuentran en las tablas VII, VIII y su localización geográfica en las figuras 6 y 7.

Tabla VII. Elementos patrimoniales asociados a «València Modernista»

«València Modernista»

Mercado Central: Construido en el siglo XX en estilo modernista valenciano. Es el mercado de productos frescos más grande de Europa (1.200 puestos).

Calle de La Paz: Es uno de los principales viales tradicionales de la ciudad. Destacan los edificios, la mayoría de carácter ecléctico, modernista y racionalista.

«València Modernista»

Estación del Norte: Es una estación terminal de carácter monumental y estilo modernista valenciano inaugurada en 1917 y que sigue en uso. Destaca su singular decoración con piezas cerámicas de brillantes coloridos (mosaicos, azulejos, *trencadís*, etc.), con motivos emblemáticos regionalistas y productos de la huerta valenciana.

Calle Colón y adyacentes (calle Jorge Juan, calle Isabel la Católica, calle Sorní): En estas calles se hallan la Casa de los Dragones (joya del historicismo medievalizante valenciano), el palacete neorrocó de la Condesa de Buñol, la iglesia neogótica de San Juan y San Vicente y la basílica neogótica de San Vicente Ferrer de los dominicos.

Mercado de Colón (actual centro comercial de ocio y restauración): Monumento del modernismo valenciano. Destaca su decoración, a base de elementos tradicionales valencianos, productos de huerta, animales de granja, productos de la mar y escudos.

Gran Vía Marqués del Turia: A principios del siglo xx se abrió esta avenida y conserva buena parte de sus edificios originales de aquella época. A destacar el conjunto de edificios Chapa (plaza Cánovas del Castillo) de estilo modernista, que representa la primera implantación en València de un bloque homogéneo de viviendas de cierta entidad.

Plaza del Ayuntamiento de València: Su configuración actual data de principios del siglo xx. La plaza junto con los edificios, la mayoría de ellos de estilo ecléctico y racionalista, está declarado Conjunto Histórico Artístico.

VALENCIA MODERNISTA

(Siglos XIX-XX)



Figura 6. Localización de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas de la «València Modernista». Fuente: Elaboración propia

Tabla VIII. Elementos patrimoniales asociados a «València Contemporánea»

«València Contemporánea»

Ciudad de las Artes y las Ciencias: Complejo diseñado por Santiago Calatrava de estilo vanguardista que incluye Palacio de las Artes, Hemisfèric, Umbracle, Museo de las Ciencias y el Àgora.

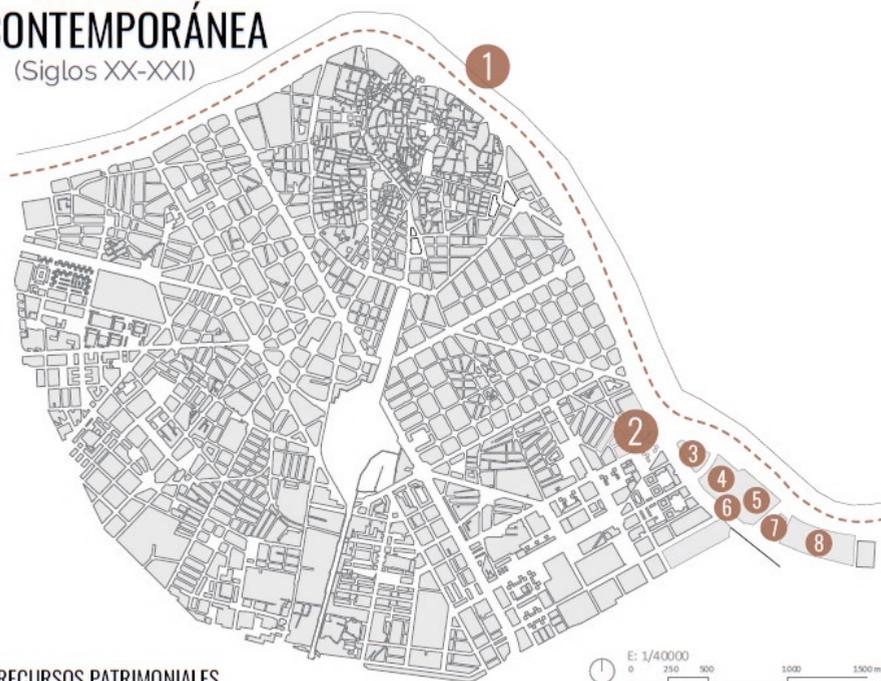
Jardín del Turia: Es un corredor verde que atraviesa toda la ciudad (7 km) y se erige como el jardín urbano más grande de España.

«València Contemporánea»

Oceanogràfic: Es el mayor acuario de Europa, diseñado por Félix Candela y José María Tomás Llavador. Recrea los principales ecosistemas marinos del mundo.

VALENCIA CONTEMPORÁNEA

(Siglos XX-XXI)



RECURSOS PATRIMONIALES

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1 Jardín del Turia | 5 Museo de las Ciencias Príncipe Felipe |
| 2 Museo Fallero | 6 Umbracle |
| 3 Palacio de las Artes Reina Sofía | 7 Àgora |
| 4 Hemisfèric | 8 Oceanogràfic |

Figura 7. Localización de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas de la «València Contemporánea». Fuente: Elaboración propia

5.2.5. «València Marinera»

Pese a que el origen de la ciudad de València está vinculado a su emplazamiento estratégico fluvial junto al río Turia, el mar ha tenido un gran protagonismo en su historia y su economía. El Grau y los barrios del Cabanyal-Canyamelar y playa de la Malvarrosa forman parte actualmente del distrito de Poblados Marítimos, que, si bien al inicio estaban desvinculados físicamente de la ciudad, en el siglo XIX quedaron enlazados de forma definitiva gracias a la Avenida del Puerto. Los subtemas interpretativos identificados son:

«València ha sido desde el siglo XIII una ciudad a la vanguardia del comercio en el Mediterráneo gracias a su posición geoestratégica y a su puerto» (vanguardia)
«El Cabanyal es un barrio genuino con una rica personalidad propia vinculada al puerto, al mar y a la playa, que ha inspirado a grandes artistas y que se manifiesta también en su arquitectura popular modernista y contemporánea y en sus movimientos sociales en defensa de su patrimonio» (creatividad, singularidad)

Los hechos relevantes concernientes a este periodo son:

- Con anterioridad a la conquista cristiana, tal como relata el *Llibre del Repartiment*, había en la zona costera, conocida desde entonces como El Grau, un pequeño embarcadero y una rúpita (pequeño edificio de carácter religioso musulmán y que servía de avanzadilla del sistema defensivo de la ciudad).
- El rey cristiano Jaime I incentivó el establecimiento de un asentamiento en El Grau, ya que le interesaba que marineros y pescadores viviesen cerca del mar, previendo la necesidad de defender el litoral de cara a un futuro desarrollo marítimo de este reino autónomo. No obstante, el desarrollo de un puerto en condiciones costó de fraguar porque la costa baja y arenosa del golfo de València no favorecía su construcción. Así, se fueron sucediendo embarcaderos de madera que iban siendo sustituidos por otros cada vez mejores (Valenciaport, n. f.).
- El poderío naval de València en el Mediterráneo se inició en el siglo XIII y siguió creciendo durante el XIV y XV debido a la construcción de las Reales Atarazanas y a la aprobación de las disposiciones del Consolat del Mar para regular las relaciones comerciales marítimas en el siglo XIII.
- Desde el siglo XV, la actividad portuaria marcó a la ciudad por el resto de sus días y siempre hubo proyectos de mejora de las infraestructuras

portuarias hasta que, en el siglo XIX, se configuran los elementos básicos del actual puerto.

- Unidos a El Grau, se encuentran el barrio del Cabanyal-Canyamelar y la playa de la Malvarrosa. El Cabanyal-Canyamelar es el antiguo poblado de pescadores que surge en el siglo XV junto a El Grau. Estaba constituido por modestas «barracas» alineadas en hileras paralelas al mar sobre la barra arenosa que separaba el mar de los marjales que los árabes habían transformado en huertos de cultivo. A partir del siglo XIX, las barracas fueron sustituidas por nuevas construcciones con estilos artísticos populares de la época: historicismo ecléctico, modernismo, y racionalismo. Esto ha dado lugar a un barrio de características urbanísticas y artísticas muy singulares donde se produce una gran explosión de color (azulejería colorista) y adornos genuinos difíciles de encontrar en otros lugares con la misma concentración y originalidad.
- La Malvarrosa es la playa urbana de la ciudad de Valencia. Históricamente fue utilizada para desembarcar la pesca y para el intercambio comercial. Desde el siglo XIX se fue convirtiendo en un lugar de descanso de la burguesía valenciana y en zona balnearia. Entre sus ilustres veraneantes se encontraban el pintor Joaquín Sorolla, que inmortalizó en sus cuadros estos paisajes litorales, y el escritor Vicente Blasco Ibáñez.

Los recursos culturales que tangibilizan los subtemas interpretativos se encuentran en las tablas IX («Puerto de València»), X («Cabanyal Modernista») y su localización geográfica en las figuras 8 y 9.

Tabla IX. Elementos patrimoniales asociados a «Puerto de València»

«Puerto de València»

Reales Atarazanas (actual sala de exposiciones): Astillero de estilo gótico donde se construían las principales embarcaciones en época bajomedieval.

Iglesia de Santa María del Mar: Edificio religioso del siglo XVII de estilo barroco, construido sobre otro documentado en el siglo XIV. Su campanario era utilizado como torre de defensa.

«Puerto de València»

Mercado de El Grau: Edificio de estilo modernista que se encuentra en el núcleo tradicional de El Grau. Es el más antiguo de la ciudad.

Edificio del Reloj (actual Museo Náutico): Se trata de la antigua Estación Marítima o de Viajeros construida a principios del siglo xx. Es de estilo neoclásico, de clara inspiración francesa.

Edificio de la Aduana Marítima: Edificio de principios del siglo xx de estilo neoclásico, dedicado a la actividad aduanera.

Tinglado 2: Fue construido, junto con otros tantos, a principios del siglo xx. Era un almacén de estructura metálica y estilo modernista con alusiones al comercio y la navegación y con mosaicos cerámicos de temática valenciana.

La Base: Es un centro expositivo en una de las antiguas bases náuticas utilizadas para la America's Cup (2007).

Edificio Veles e Vents: Es un innovador edificio construido por David Chipperfield y Fermín Vázquez con ocasión de la America's Cup (2007) que ejerce como centro gastronómico y cultural.

Pérgola de La Marina: Se trata de un templete o quiosco de estilo modernista junto a la playa de la Malvarrosa, en la zona conocida como Explanada de las Gradas.

Las Naves: Centro cívico cultural y de innovación (exposiciones, conferencias, música en directo, etc.), ubicado en antiguo edificio almacén de grano restaurado muy cerca de La Marina.



Figura 8. Localización de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas de «Puerto de València». Fuente: Elaboración propia

Tabla x. Elementos patrimoniales asociados a «Cabanyal Modernista»

«Cabanyal Modernista»

Viviendas modernistas y de otros estilos contemporáneos: Localizadas en calles Escalante, Progreso, Reina, José Benlliure, entre otras.

Mercado del Cabanyal: El edificio actual es de mediados del siglo xx, pero con anterioridad ya existía un mercado en esta zona. Está especializado en la venta de pescado.

Teatro Musical: Edificio del siglo xix-xx construido por el Patronato Musical del Pueblo Nuevo del Mar. Fue restaurado recientemente y alberga regularmente actividades culturales, así como exposiciones itinerantes y eventos musicales.

«Cabanyal Modernista»

Lonja de Pescadores: Es un edificio de estilo modernista valenciano construido junto a la playa para dar servicio a la Sociedad Marina Auxiliante (compra-venta del pescado y como almacén de efectos relacionados con la industria pesquera).

Fábrica del Hielo: Era una antigua nave industrial, destinada en su época a la fabricación de hielo para el negocio del pescado.



Figura 9. Localización de los recursos sugeridos para el desarrollo de los subtemas del «Cabanyal Modernista». Fuente: Elaboración propia

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Una vez presentados los resultados, se observa que el distrito de Ciutat Vella acapara la mayor parte de los elementos patrimoniales construidos de la ciudad desde su fundación romana hasta la expansión del siglo xx (fig. 10). En esta área, según el Ajuntament de València (2020), se produce la mayor concentración de elementos significativos protegidos (2.078 elementos protegidos) y de interés turístico ya que condensa los monumentos más destacados del periodo bajomedieval cristiano (época histórica de mayor esplendor de la ciudad).

En este distrito, es frecuente encontrar solapamientos espacio-temporales y resulta complicado identificar sitios vinculados a un único periodo histórico. También, y debido a vicisitudes histórico-ambientales, algunos periodos se encuentran materialmente infrarrepresentados (escasa presencia de restos, falta de integridad de los restos visibles, etc.) o descontextualizados. Tal es el caso de los restos romanos, que normalmente subyacen bajo cuatro metros de sedimentos aportados por las sucesivas inundaciones del río Turia en los últimos 2.000 años.

De las murallas y elementos árabes también quedan escasos restos, ya que sus materiales fueron reciclados para posteriores construcciones, enterrados por los sedimentos fluviales o simplemente abatidos. A partir de los siglos xviii y xix, se produjo una mejor conservación del patrimonio construido, aunque en 1865 fueron demolidas las murallas medievales debido a la necesidad de expansión de la ciudad. Este hecho marcó el inicio de la fisonomía actual de la ciudad.

Todo ello redundaría en el hecho de que, para algunos temas interpretativos, no hay una visibilización clara e integral de los recursos tangibles. Otro problema radica en la dispersión espacial de los elementos patrimoniales que tangibilizan el mensaje. Tal es el caso, por ejemplo, de las Reales Atarazanas que se encuentran en la zona del puerto, muy alejadas del centro histórico gótico de la ciudad. También está en la misma situación de alejamiento del centro histórico el monasterio de San Miguel de los Reyes (distrito Saïdia).

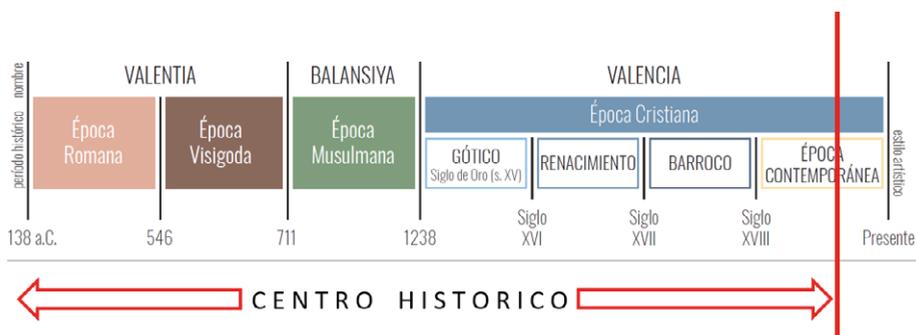


Figura 10. Secuencia temporal histórica en el distrito de Ciutat Vella.

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que en Ciutat Vella, como hemos visto, se localiza la mayor parte de elementos patrimoniales históricos, es el complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias (distrito de Quatre Carreres) el sitio que presenta la imagen más icónica de la ciudad y así es percibida además por la mayoría de visitantes. Se trata del sitio que más visitantes recibe anualmente. Según Europa Press (2023), entre todos los edificios que componen el complejo y contabilizando también el público asistente a actividades organizadas al aire libre y festivales, la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia logró en 2022 superar la cifra de 4 millones de visitantes.

Hay que mencionar también que, tras una revisión histórica detallada, se ha podido demostrar que la aplicación de los conceptos o valores universales de «singularidad» y «vanguardia» a los diferentes elementos de la historia y arquitectura de la ciudad, tiene un encaje aceptable para todos los periodos si se consideran en el marco del área mediterránea. Ello permitirá que se pueda establecer un relato o hilo conductor lógico que integre los diferentes tópicos y temas identificados para València en este trabajo.

En cualquier caso, se considera que el proceso seguido para identificar temas interpretativos y orientar un relato cultural coherente que dé cobertura a todos los elementos patrimoniales de la ciudad de València y que refleje bien la identidad social e histórica de la ciudad ha sido satisfactorio. Los prestatarios de servicios turísticos que evaluaron estos resultados consideran que estos temas interpretativos pueden desarrollarse perfectamente en el marco de sus rutas e itinerarios.

Por todo ello, parece lícito pensar que se podría desarrollar un programa de interpretación completo para la ciudad de València basándose en estos temas o mensajes.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se enmarca en el desarrollo del proyecto I+D «Análisis y desarrollo de la integración HBIM en SIG para la creación de un protocolo de planificación turística del patrimonio cultural de un destino (PID2020-119088RB-I00)». Proyectos de I+D+i, en el marco de los Programas Estatales de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i y de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2017-2020 (Ministerio de Ciencia e Innovación, Agencia Estatal de Investigación).

Su autora quiere agradecer sinceramente la colaboración del Dr. Vicent Baydal quien ha asesorado y orientado la línea argumental de los temas históricos, de la arquitecta Sara Portela quien ha realizado los gráficos para este trabajo y de los doctores María Concepción López González y Jorge García Valldecabres por su revisión crítica.

REFERENCIAS

- Aldridge, Don. 1974. «Upgrading Park Interpretation and Communication with the Public». En *Second World Conference on National Parks*, ed. Hugh Elliot. Morges, Switzerland: IUCNNR.
- Ajuntament de València. 2020. «Plan Especial de Protección y Catálogo de Protecciones de Ciutat Vella». *Boletín Oficial de la Provincia*, 39.
- . n. f. *Catálogo de Bienes y Espacios Protegidos*. <https://www.valencia.es/ayuntamiento/urbanismo.nsf/vDocumentosTituloAux/6AA388009F0D5F89C12577AC00229AAE?OpenDocument&bdOrigen=ayuntamient o%2Furbanismo.nsf&idapoyo=929D91DEF4FCBCEFC12577A7002A418E&lang=1> [Consulta: 02/01/2023].

- Baydal Sala, Vicent. 2016. *Els valencians, des de quan són valencians?* València: Ed. Afers.
- . 2018. *Del Sénia al Segura. Breu història dels valencians*. València: Llibres de la Drassana.
- Beck, Larry y Ted Cable. 2002. *Interpretation for the 21st Century: Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Champaign, IL: Sagamore Publishing.
- Berger, Philippe. 1994. «Humanismo e imprenta en la Valencia de finales del siglo xv y principios del xvi». En *1490, en el umbral de la modernidad: el Mediterráneo europeo y las ciudades en el tránsito de los siglos xv-xvi*, coord. Jesús Planelles y José Ramón Hinojosa. València: Generalitat Valenciana.
- Buchholz, Jim, Brenda Lackley, Michael Gross y Ron Zimmerman. 2015. *The interpreter's Guidebook. Techniques for programs and presentations*. Stevens Point, WI: UWSP Foundation Press, Inc. University of Wisconsin.
- Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. n. f. *Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano*. Generalitat Valenciana. <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/bics> [Consulta: 18/12/2022].
- Continenza, Romolo, Fabio Redi y Ilaria Trizio. 2017. «Heritage Interpretation: a tool for conservation, protection and management of environmental and cultural heritage», *SCIRES-IT-SCientific RESearch and Information Technology* 7(1): 39-44.
- Copeland, Tim. 2004. «Presenting archaeology to the public, constructing insights on-site». En *Public archaeology*, ed. Nick Merriman. Nueva York: Routledge.
- Europa Press. 2023. *La Ciutat de les Arts i les Ciències logra récord de público en 2022 con más de 4 millones de visitantes*. <https://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-ciutat-les-arts-les-ciencies-logra-record-publico-2022-mas-millones-visitantes-20230102174347.html> [Consulta: 08/02/2023].
- Gómez Bayarri, José Vicente. 2015. *Disposiciones forales sobre cristianos, sarracenos y judíos en el Reino de Valencia (s. XIII-XVI)*. Monografías (Anejos de Anales), 12. Valencia: Real Academia de Cultura Valenciana.
- Guinot Rodríguez, Enric. 2005. «Historia del Tribunal de las Aguas de Valencia». En *El Consejo de Hombres Buenos de la Huerta de Murcia y el Tribunal de las Aguas de la Vega de Valencia*. Enric Guinot y María

- Martínez. Valencia: Dirección General de Patrimonio, Gobierno de Murcia y Generalitat Valenciana.
- Ham, Sam. 1992. *Interpretación ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Golden, Colorado (EUA): North American Press.
- Howard, Peter. 2003. *Heritage: Management, Interpretation, Identity*. Londres: Continuum.
- ICOMOS. 2008. *Carta para Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural*. 16.^a Asamblea General del ICOMOS, Québec (Canadá), el 4 de octubre de 2008. www.icomos.org/charters/interpretation_e.pdf
- Jones, Shar. 2007. *Sharing our stories. Guidelines for Heritage Interpretation*. The National Trust of Australia / Museums Australia / Lottery West.
- Lancaster County Planning Commission. 2007. *Telling Our Stories. An Interpretation Manual for Heritage Partners*. Heritage and York County, Lancaster, PA: Ed. Lancaster County.
- Leask, Anna. 2010. «Progress in visitor attraction research: Towards more effective management». *Tourism Management* 31(2):155-166.
- Martín Lloris, Catalina. 2010. *Las reliquias de la Capilla Real en la Corona de Aragón y el Santo Cáliz de la Catedral de València (1396-1458)*. Tesis doctoral. Universitat de València.
- Mason, Peter. 2005. «Visitor management in protected areas: From ‘hard’ to ‘soft’ approaches?». *Current Issues in Tourism* 8(2-3): 81-194.
- Mira González, Eduard y Arturo Zaragoza Catalán (dirs.). 2003. *Una arquitectura gótica mediterránea*. València: Generalitat Valenciana, Conselleria de Cultura i Educació.
- Norman, Donald. 1993. *Things that Make Us Smart: Defending Human Attributes in the Age of the Machine*. Nueva York, NY: Perseus Books.
- Puig Sanchis, Isidro. 2019. «El influjo italiano en la pintura valenciana de los siglos xv y xvi». En *Un olor a Italia. Conexiones e influencias en el arte aragonés (siglos XIV-XVIII)*, coord. María del Carmen Lacarra. Zaragoza: Institución Fernando el Católico.
- Rausell Köster, Pau. 2004. «La Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia y el turismo cultural». En *Casos de turismo cultural: De la planificación estratégica a la gestión del producto*, coord. Josep Font Sentias. Barcelona: Ariel, pp. 361-390.
- Ribera Lacomba, Albert. 1998. *La fundació de València*. València: Institució Alfons el Magnànim.

- Staiff, Russell. 2014. *Re-imagining Heritage Interpretation: Enchanting the Past-future*. Ed. Routledge.
- Taberner Pastor, Francisco. 2007. *Guía de arquitectura de Valencia*. Valencia: Ed. Icaro, Colegio Territorial de Arquitectos de Valencia.
- Tilden, Freeman. 1957. *Interpreting our Heritage: Principles and Practices for Visitor Services in Parks, Museums, and historic Places*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Uzzel, David. 1989. «Introduction: The Visitor Experience». En *Heritage Interpretation*, ed David Uzzel. Londres: Belhaven Press.
- Valenciaport. n. f. *Notas históricas sobre el Puerto de Valencia*. <https://www.valenciaport.com/wpcontent/uploads/HistoriaPuertoValenciaCompleta.pdf>
- Viñals, María José y Pau Alonso-Monasterio. 2018. «Physical and social attributes in the urban identity. Analysis of the residents' perception of València (Spain)». En *Reactive Proactive Architecture*, coord. Mariví Monfort y Marcos Lizondo. València: Universitat Politècnica de València.
- Viñals, María José, Marta Mayor Salvi, Imma Martínez-Sanchis, Lola Teruel Serrano, Pau Alonso-Monasterio y Maryland Morant González. 2017. *Turismo sostenible y Patrimonio. Herramientas para la puesta en valor y la planificación*. València: Universitat Politècnica de València.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO NATURAL EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: EL EJEMPLO DEL PLAN VEGA RENHACE

JORGE OLCINA CANTOS, CARLOS BAÑOS CASTIÑEIRA
Universidad de Alicante

ANTONIO OLIVA CAÑIZARES
Técnico. Plan Vega Renhace

Palabras clave: Planificación territorial, cambio climático, riesgo natural, Vega Renhace.

Keywords: Strategic territorial planning, climate change, natural hazards, Vega Renhace.

1. COMUNITAT VALENCIANA, TERRITORIO DE RIESGO NATURAL. NORMATIVAS REGULADORAS, DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS

La Comunitat Valenciana es un territorio europeo con elevado riesgo natural debido a la combinación de una variada y, en alguno de sus espacios geográficos, alta peligrosidad y un grado intenso de ocupación del territorio,

especialmente en zonas costeras, donde se concentran la población y las actividades económicas de mayor aportación a la renta regional (servicios, turismo, agricultura de exportación). Las actuaciones para disminuir el riesgo natural han experimentado un cambio significativo en las dos últimas décadas. De la apuesta, casi única, por las medidas estructurales puestas en marcha tras la ocurrencia de algún episodio de efectos catastróficos se ha pasado a la aplicación de medidas de menor impacto ambiental y con efectos más eficaces y con menor coste económico a medio y largo plazo (cartografías de riesgo, planificación territorial, educación y comunicación para el riesgo). Sin olvidar las acciones de gestión de la emergencia en las que el territorio valenciano destaca por su excelente planificación en el contexto español.

El territorio valenciano es uno de los espacios geográficos que más pérdidas económicas ha padecido por efecto de eventos naturales extraordinarios, con 2.000 millones de euros de indemnizaciones recibidas en el conjunto de las tres provincias entre 1971 y 2020, en las estadísticas del Consorcio de Compensación de Seguros, que sólo contemplan los daños asegurados. De modo, que la cifra real de pérdidas por episodios naturales de rango extremo ha sido, sin duda, mucho mayor.

Los peligros naturales más importantes que generan riesgo en el territorio valenciano son la sismicidad, inundaciones, sequías, tormentas localizadas y temporales marítimos con efectos en la línea de costa. A ellos se suman otros, de menor impacto económico, pero con significación territorial para la actividad agraria (episodios de helada, tormentas de granizo, vendavales). Así como otros peligros «emergentes» con afección para la salud humana (olas de calor) o con impacto múltiple pero localizado (trombas marinas y tornados), cuyo seguimiento futuro se presenta como una tarea importante pendiente de realizar por parte de la investigación climática y la gestión territorial.

De este conjunto de peligros naturales con afección en el territorio valenciano, sismicidad, inundaciones, sequías y temporales con efectos en la línea de costa, están considerados como elementos del medio físico que deben abordarse en los procesos de planificación territorial. Normativas y planes de carácter general o específica incluyen el tratamiento de estos peligros naturales a la hora de asignar nuevos usos en el suelo. La sismicidad, a través de la normativa de construcción sismorresistente (última edición de 2002), y de la cartografía sísmica oficial, condiciona el diseño de edificios en aquellas zonas consideradas peligrosas en función del valor de su aceleración sísmica. La Comunidad Valenciana tiene pendiente la elaboración y

aprobación de un plan de acción territorial (PAT) de riesgo sísmico, que ha conocido estudios previos, pero no ha terminado de cuajar en un documento de planificación normativa.

Sin duda son las inundaciones el peligro natural que ha merecido mayor estudio y tratamiento normativo en la Comunitat Valenciana en las últimas décadas. La Comunitat Valenciana ha sido pionera en la elaboración de cartografías de peligrosidad de inundación (años noventa del pasado siglo) y la aprobación de uno de los primeros planes territoriales de carácter sectorial orientado a la reducción del riesgo de inundaciones, en el conjunto del Estado español. El PATRICOVA conoció su primera versión en 2003 y fue actualizado y mejorado en 2015, al incorporar la peligrosidad geomorfológica (Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021a, 2021b), aunque, en la actualidad, es necesario que estas capas de peligrosidad geomorfológica se incorporen a la capa definitiva de riesgos de inundación, para conocer el riesgo real en la Comunitat Valenciana. A la normativa autonómica se han unido las normas europeas (Directiva 60/2007 y creación relacionada del SNCZI) y española (modificación del Reglamento de Dominio Público Hidráulico por lo que afecta a la consideración del riesgo en los cauces públicos; última versión 2016) para mejorar los criterios y los productos cartográficos vinculados a la consideración del riesgo de inundación en la planificación territorial.

El riesgo de sequía encuentra regulación, a efectos de ordenación de usos del suelo, en las normativas de agua (Planes de Gestión del Riesgo de Sequía, cuencas del Júcar y Segura), así como en indicaciones sobre la consideración de este fenómeno en la planificación territorial y urbanística, en la legislación estatal y valenciana del suelo, así como en las determinaciones establecidas para la garantía del abastecimiento de agua en los nuevos proyectos urbanísticos.

Por último, el dominio público marítimo-terrestre en lo que supone de ocupaciones concesionales está regulado por la ley estatal de costas y su reglamento (2013 y 2014). A ello se une la regulación de usos en la franja litoral, que es competencia autonómica, y que en la Comunitat Valenciana ha encontrado normativa y plan de gestión tras la aprobación del PAT de Acción Territorial de Infraestructura Verde del Litoral (PATIVEL) de 2018. Los daños causados por los últimos temporales con efectos en la franja litoral en la Comunitat Valenciana (2017, 2020) han puesto en el debate la prolongación exagerada (75 años) de los períodos concesionales de ocupación del dominio público marítimo terrestre que se incluyó en la mencionada ley de costas de 2013 y reclama una revisión.

Si se tiene en cuenta la necesidad de ir adaptando en cada momento la ordenación territorial a la dinámica socioeconómica y ambiental de los territorios, hay un proceso actual que va a determinar la planificación territorial en los próximos años: el cambio climático. El calentamiento de la atmósfera terrestre y sus efectos previstos -ya manifestados- en los cambios de temperaturas y precipitaciones, y en la alteración de la circulación atmosférica, va a condicionar la planificación del territorio que debe convertirse en una herramienta eficaz de adaptación al cambio climático. Uno de los aspectos más destacados de la evolución climática futura en España que debe incorporarse a la planificación territorial es el incremento de eventos extremos relacionados con la precipitación. En realidad, ya se experimenta un aumento de los episodios de lluvia intensa que originan inundaciones, con elevados daños especialmente en áreas urbanizadas. Sin olvidar los efectos que el calentamiento climático está teniendo en zonas costeras por la subida del nivel del agua del mar y que va a condicionar actuaciones territoriales en las áreas litorales durante las próximas décadas.

Dos nuevos elementos se han incorporado a la planificación territorial en nuestro país y en la Comunitat Valenciana. Por un lado, el paisaje, que se ha ido convirtiendo en un instrumento operativo a la hora de establecer nuevos usos en el territorio. Los principios contenidos en el Convenio Europeo del Paisaje de 2000 han sido integrados en las normativas urbanísticas y del territorio de los países y regiones de la Unión Europea. Las «unidades paisajísticas» han pasado a ser un objeto de trabajo principal en los estudios de sostenibilidad ambiental. Por otro lado, la «infraestructura verde» territorial, como instrumento básico e inicial de todo proceso de planificación. La infraestructura verde debe contar en los procesos de planificación territorial como herramienta cartográfica principal, a partir de la cual se determinan los suelos a conservar y mantener en su estado actual –con sus distintos niveles de protección–, y se ordenan los nuevos crecimientos urbanísticos o de infraestructuras y equipamientos que pretenden mejorar el orden de cosas existentes en un espacio geográfico. Estos dos elementos resultan fundamentales para integrar el análisis de riesgo (mapas de riesgo, inclusión de tipologías de «paisaje de riesgo») en la planificación territorial de escala regional, subregional (PAT integrados) y local.

Debe recordarse que a partir de la Ley del Suelo de 2008 (mod. 2015), el mapa se ha convertido en el documento de acreditación legal del riesgo natural en los territorios. No existe excusa legal alguna para la elaboración de cartografía de riesgo natural en los planes urbanísticos o la utilización

de las cartografías oficiales existentes (p. ej., SNCZI) o cartografías oficiales elaboradas en algunas comunidades autónomas como la C. Valenciana. Otra cuestión es la vigilancia que las Administraciones local y regional deben llevar para el cumplimiento efectivo de este precepto normativo. La Ley del Suelo de 2008 (mod. 2015) no ha precisado más en el tipo de «mapa de riesgos naturales» que debe incluirse en los documentos de planificación, ni en el número de mapas por incluir, ni en los criterios básicos de elaboración de estas cartografías. El cumplimiento del artículo 22.2 (texto Ley del Suelo de 2015) exige la integración en un sistema de información geográfica de una serie de capas, a los efectos de elaborar un mapa síntesis de riesgos naturales del espacio geográfico objeto de planificación de nuevos usos del suelo.

A modo de reflexión final. De la aplicación de las normativas y planes aprobados y vigentes en el territorio valenciano, se están manifestando desajustes y necesidades de mejora para conseguir un mayor efecto en la reducción del riesgo natural mediante planificación territorial. Para ello se señalan las siguientes recomendaciones:

- Seguimiento real del cumplimiento de normativas y planes existentes por parte de las Administraciones regional y local. Establecimiento de sistemas de indicadores para comprobar el grado de desarrollo de las acciones para la reducción del riesgo de inundaciones y, con una visión más amplia, para la adaptación al cambio climático establecidas en los planes territoriales.
- Revisión de calidad de la cartografía de riesgo natural que se elabore para los procesos de ordenación territorial. Lo que debería conllevar la redacción de un reglamento técnico para la elaboración de cartografía de riesgos naturales, en cumplimiento de lo establecido en el art. 22 de la Ley del Suelo 2015. Deben definirse de forma precisa los criterios de representación cartográfica y las escalas de trabajo necesarias para su empleo en la planificación territorial por tipologías de planes. La realidad actual del cumplimiento de dicho artículo de la Ley del Suelo es bastante desalentadora: mapas de peligrosidad y no de riesgo, escalas de trabajo inadecuadas, mapas exclusivamente de inundación y no de todos los «riesgos naturales existentes» en un territorio. En definitiva, un cumplimiento «de compromiso», para cubrir la exigencia normativa.
- Incorporación de la modelización climática en los planes de ordenación del territorio, en todas las escalas (regional a local). Es el gran reto de

los próximos años para la investigación climática: la elaboración de proyecciones y modelos climáticos de escala local para su empleo en la planificación urbana. Aunque en la actualidad ya se pueden utilizar modelos climáticos de escala regional o subregional que permiten diseñar propuestas para la adaptación de las escalas pequeñas al cambio climático y a los extremos atmosféricos relacionados.

- Agilizar procedimientos de aprobación de planes. Los planes de ordenación del territorio de escala regional o subregional, si se les pretende efectivos para la reducción del riesgo natural, y en el contexto actual de cambio climático, deberían actualizarse cada diez años. Y lo mismo para el planeamiento urbano. No se entiende la existencia de planes territoriales y, sobre todo urbanísticos, con más de dos décadas de vigencia en nuestro país. Se trata de documentos no adaptados a los principios de sostenibilidad ambiental ni de adaptación al cambio climático y sus extremos atmosféricos asociados. De manera que urge una modificación normativa para obligar a todas las comunidades autónomas y municipios con planes de más de diez años de vigencia a su revisión y actualización.

No parece desacertado apostar por la elaboración, a escala estatal y regional de un código normativo temático sobre planificación y gestión de riesgos naturales que incluyese determinaciones específicas para el tratamiento de cada uno de los peligros naturales que pueden afectar al territorio español.

2. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TERRITORIAL PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO NATURAL

Un plan estratégico es un documento no normativo que contiene indicaciones, a modo de hoja de ruta, para el desarrollo futuro de una actividad o un espacio geográfico. El desarrollo territorial mediante planes no normativos da lugar a los planes estratégicos territoriales que reúnen acciones necesarias para la evolución futura de un espacio geográfico. Desde su creación en el ámbito de la empresa, a mediados del siglo xx, la planificación estratégica ha evolucionado para incluir, asimismo, actuaciones de carácter territorial, con un sentido integral de ordenación. En las últimas décadas han incorporado como principio de actuación la sostenibilidad y la adaptación al

cambio climático, en consonancia con lo ocurrido en los procesos de planificación normativa.

El avance actual de la planificación estratégica ha sido favorecido, además de las limitaciones de los instrumentos tradicionales de planificación, por algunos factores como la valorización de la dimensión económica de ciudades y territorios, así como las mayores exigencias de participación y coordinación de los agentes sociales (Farinós Dasí y Olcina Cantos 2022).

El fin de la planificación estratégica territorial no es constituirse en una alternativa sustitutiva, sino complementaria de las otras modalidades de planificación, con las que debe coexistir, e influye mutuamente. Sus métodos y técnicas están siendo utilizados por la planificación normativa basada en la clasificación de los usos del suelo. La planificación estratégica territorial introduce nuevas dimensiones que escapan al tradicional planeamiento urbano y territorial (economía, tecnología, cultura, adaptación al cambio climático...), así como nuevos elementos dinamizadores (participación, difusión...) que promueven la movilización y el compromiso de los actores del territorio en torno a proyectos en común.

La principal diferencia entre ambos tipos de planificación (normativa y estratégica) radica en que la primera prevé el resultado o estado final y fija la secuencia de actuaciones para poder llegar a él, mientras que la planificación estratégica indica la dirección, pero no concreta el camino a seguir. La forma de ir avanzando en la consecución de sus objetivos es flexible y depende del contexto y, de modo muy especial, de la implicación política para su cumplimiento. Las medidas contempladas en un plan estratégico territorial se van concretando de forma progresiva e iterativa. Como señala Fernández Güell (2007), en un plan estratégico no se trata de procurar certezas, imposibles, sino de reducir la incertidumbre.

En la planificación estratégica la participación pública cobra un protagonismo fundamental. Es la que marca la decisión final, llegando a servir de marco para poder decidir las determinaciones de la de tipo normativo. La legitimación de un plan estratégico territorial no es legal ni competencial, sino fundamentalmente por resultados que se vayan plasmando en el área geográfica objeto de actuación. Por ello, este tipo de planificación territorial debe incorporar, como parte consustancial, la evaluación continua de su estado de ejecución y gestión.

De manera que la planificación estratégica se entiende más como un proceso en el tiempo que como un producto acabado. Y esto representa una clara ventaja cuando la realidad cambia con más rapidez que los textos

normativos y las administraciones. Sus determinaciones no son normas ni directrices de valor jurídico, sino recomendaciones, que dejan la concreción técnica en el momento y en las manos de los responsables de la ejecución de los proyectos que son decididos, lo que les otorga un gran margen de maniobra tanto en la definición y contenido formal de los documentos como en su capacidad de reacción y adaptación a la hora de implementarlo. Eso sí, las medidas estratégicas contempladas pueden desarrollarse a partir de figuras jurídicas (decretos) en los que la Administración avala su ejecución y las dota de presupuesto.

Los planes estratégicos establecen una estrategia de ordenación, seleccionando los aspectos esenciales de esa ordenación, de común acuerdo entre distintas las partes implicadas. Este tipo de planificación va más allá de la sola localización de infraestructuras, servicios o actividades productivas, objetivos clásicos de la planificación (normativa). Pretende dirigir la dinámica de los territorios mediante la formulación de actuaciones estratégicas, que suelen ir vinculadas a la configuración de redes, cooperaciones y partenariados en el territorio objeto de actuación, fomentando la movilización y participación de los distintos actores territoriales (Farinós Dasí et al. 2005).

Por todo ello, la planificación estratégica se ha ido extendiendo y su práctica asentando en forma de instrumentos propios o bien como método (estratégico), que también se aplica en los instrumentos normativos tradicionales (Romero Aloy y Vidal Climent 2018).

A la planificación territorial como política pública se le acumulan los retos derivados de la emergencia climática y ambiental, que fundamentaron la firma del Pacto Verde Europeo en diciembre de 2019. En esta nueva situación, las decisiones ya no se toman de forma dirigista y vertical, sino con unos mayores niveles de participación, negociación y acuerdo. Los actores territoriales cada vez más son los protagonistas principales de los procesos que tienen lugar (Farinós Dasí y Olcina Cantos 2022).

En el panorama actual, no se pueden seguir aplicando soluciones tradicionales a problemas globales tan relevantes como los desequilibrios urbano-rurales, el cambio climático, la pérdida de identidad cultural y de biodiversidad, el envejecimiento de la población o las desigualdades sociales (De la Cruz-Mera 2019). De ahí que la figura de ordenación de la planificación estratégica territorial se muestra especialmente idónea para el desarrollo ágil de soluciones que se entienden prioritarias en un espacio geográfico en el contexto del calentamiento climático y el desarrollo más frecuente de eventos naturales de rango extremo (Olcina 2021).

3. LA OPORTUNIDAD DE LAS LEYES DEL CAMBIO CLIMÁTICO PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO NATURAL DESDE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL

La aprobación de la ley estatal de Cambio Climático y Transición Energética (Ley 7/2021) abre oportunidades para el desarrollo de prácticas de mitigación y adaptación al cambio climático en los procesos de ordenación territorial. Varios artículos del texto normativo tienen relación directa con la consideración del cambio climático y de sus extremos atmosféricos asociados en la planificación de ámbitos regionales y locales. Por su parte, algunas comunidades autónomas –entre ellas la C. Valenciana–, han elaborado o están en el proceso de tramitación de normativas sobre cambio climático que contienen regulación sobre el tratamiento del cambio climático y los riesgos atmosféricos asociados en los documentos de ordenación territorial.

Se trata de un marco favorable para incentivar la elaboración de informes, mapas y proyecciones sobre cambio climático y riesgos que van a resultar imprescindibles para la planificación territorial a desarrollar a partir de ahora. Un contexto que debe estar presidido por la calidad científica de estos trabajos de finalidad aplicada.

La Ley 7/2021 ha modificado, además, parcialmente el contenido de algunas normativas sectoriales que son imprescindibles en los procesos de ordenación territorial (p. ej., suelo, agua, costas) a fin de reforzar en ellos el tratamiento de los riesgos naturales y del cambio climático a partir de ahora, detallando, asimismo, los contenidos mínimos a tratar en los informes sobre esta cuestión a incluir en los documentos de planeamiento. Y se ha establecido (Disposición final quinta) la gestión del impacto por razón de cambio climático, que deberá ser valorado en términos de mitigación y adaptación al mismo como una de las obligaciones de la tarea de gobierno, esto es, un eje de políticas principal a partir de ahora.

Así, la Disposición final cuarta de este texto legal modifica la Ley del Suelo de 2015 en lo que respecta a la consideración del principio de prevención de riesgos naturales y accidentes graves en la ordenación de los usos del suelo. Y detalla la relación de riesgos naturales a incorporar en los análisis, diagnósticos y propuestas territoriales en los documentos de planificación urbanística:

- Riesgos derivados de los embates marinos, inundaciones costeras y ascenso del nivel del mar.
- Riesgos derivados de eventos meteorológicos extremos sobre las infraestructuras y los servicios públicos esenciales, como el abastecimiento de agua y electricidad o los servicios de emergencias.
- Riesgos de mortalidad y morbilidad derivados de las altas temperaturas y, en particular, aquellos que afectan a poblaciones vulnerables. Estos datos se ofrecerán desagregados por sexo.
- Riesgos asociados a la pérdida de ecosistemas y biodiversidad y, en particular, de deterioro o pérdida de bienes, funciones y servicios ecosistémicos esenciales.
- Riesgos de incendios, con especial atención a los riesgos en la interfaz urbano-forestal y entre las infraestructuras y las zonas forestales.

Por su parte, la ley de costas se ve afectada por esta Ley de Cambio Climático y Transición Energética, puesto que el artículo 20, regula la consideración del cambio climático en la planificación y gestión del dominio público marítimo-terrestre. Por un lado, la planificación y gestión del medio marino «se orientarán al incremento de su resiliencia a los efectos del cambio climático». Por otro lado, la planificación y gestión de la costa «deberán adecuarse a las directrices y medidas contempladas en la Estrategia de Adaptación de la Costa a los Efectos del Cambio Climático, que perseguirá dos objetivos principales: *a*) Incrementar la resiliencia de la costa española al cambio climático y a la variabilidad climática; y *b*) Integrar la adaptación al cambio climático en la planificación y gestión de la costa española». Y, por último, la Ley 7/2021 abre la posibilidad de revisar los períodos concesionales de ocupación del dominio-público marítimo terrestre y sus prórrogas: «los plazos de duración de los títulos de ocupación del dominio público marítimo-terrestre se computaran desde su otorgamiento e incluirán todas sus prórrogas, de ser estas posibles, sin superar los plazos máximos establecidos en la Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas y en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Publicas, siendo nulos de pleno derecho los actos administrativos que se dicten tras la entrada en vigor de esta ley en incumplimiento de lo previsto en este artículo» (art. 20, Ley 7/2021).

El artículo 21 de esta ley está dedicado, de forma exclusiva, a la consideración del cambio climático en la ordenación del territorio. En él se indica que la planificación y gestión territorial y urbanística, así como las

intervenciones en el medio urbano, la edificación y las infraestructuras de transporte, a efectos de su adaptación a las repercusiones del cambio climático, perseguirán principalmente los siguientes objetivos:

- La consideración, en su elaboración, de los riesgos derivados del cambio climático, en coherencia con las demás políticas relacionadas.
- La integración, en los instrumentos de planificación y de gestión, de las medidas necesarias para propiciar la adaptación progresiva y resiliencia frente al cambio climático.
- La adecuación de las nuevas instrucciones de cálculo y diseño de la edificación y las infraestructuras de transporte a los efectos derivados del cambio climático, así como la adaptación progresiva de las ya aprobadas, todo ello con el objetivo de disminuir las emisiones.
- La consideración, en el diseño, remodelación y gestión de la mitigación del denominado efecto «isla de calor», evitando la dispersión a la atmosfera de las energías residuales generadas en las infraestructuras urbanas y su aprovechamiento en las mismas y en edificaciones en superficie como fuentes de energía renovable.

Por último, una cuestión que está generando debate social en ámbitos municipales de algunas comunidades autónomas, entre ellas la valenciana, es el desarrollo de proyectos de instalación de parques solares (solar fotovoltaica) a favor de espacios agrarios de valor cultural (secanos), dentro del proceso de cumplimiento de los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero que se han fijado en España, en el marco de las determinaciones establecidas por la Unión Europea (Horizonte 2030). Al respecto el artículo 25 de la Ley 7/2021 señala, como principio general de actuación, que «el despliegue de las energías renovables debe llevarse a cabo de manera compatible con la conservación del patrimonio natural y la adecuada ordenación territorial». No obstante, esta cuestión está resultando complicada en su gestión debido a los intereses a veces no convergentes entre las iniciativas privadas, las Administraciones locales y los Gobiernos regionales que son, estos últimos, los que autorizan la implantación de estas instalaciones y deben velar por el cumplimiento de las normativas ambientales y de paisaje en la gestión sostenible del territorio.

En la Comunitat Valenciana se ha aprobado la Ley de Cambio Climático y Transición Ecológica (Ley 6/2022, de 5 de diciembre). Este texto normativo supone un avance en la consideración del calentamiento climático en

el territorio de la Comunitat Valenciana. Se trata de un texto que aborda de forma integral las políticas y actuaciones administrativas para la reducción de los efectos del cambio climático, esto es, tanto las acciones de mitigación (energía) como de adaptación (planificación territorial, diseño urbano, educación). En relación con la ordenación del territorio, el texto legal contiene unas indicaciones relevantes que conviene analizar:

- Incorporación de la perspectiva climática en los instrumentos de planificación
- Elaboración de planes de adaptación en la escala local
- Implantación de instalaciones energéticas de carácter comunitario
- Medidas de adaptación en zonas costeras

La ley señala que en todos los instrumentos de ordenación territorial que se desarrollen a partir de su aprobación deberá incorporarse la perspectiva climática, materializada en tres aspectos:

a) análisis de su impacto sobre las emisiones de gases de efecto invernadero directas e inducidas, así como medidas destinadas a minimizarlas o compensarlas en caso de que no se puedan evitar; *b)* análisis de la vulnerabilidad actual y prevista ante los efectos del cambio climático y medidas destinadas a reducirla; y *c)* una evaluación de las necesidades energéticas de su ámbito de actuación y la determinación de las medidas necesarias para minimizarlas y para garantizar la generación de energía de origen renovable. Asimismo, se señala la obligación de que los nuevos desarrollos urbanísticos reserven áreas de suelo para la generación de energía renovable en una extensión suficiente para que se garanticen las necesidades energéticas de esos nuevos desarrollos.

Por su parte, la evaluación ambiental de planes y programas deberá tener en cuenta el cambio climático como criterio importante a desarrollar en los informes que acompañan este proceso administrativo.

Tal vez, el procedimiento que va a tener un impacto mayor en la escala local es la obligación, incluida en el artículo 18 del proyecto de Ley, de elaboración por parte de todos los municipios valencianos de planes de acción por el clima y la energía sostenible (PACES). En dichos planes se debe incluir un análisis y la evaluación de emisiones de gases de efecto invernadero, la

identificación y caracterización de los elementos vulnerables, la relación de objetivos y las estrategias para la mitigación y la adaptación al cambio climático, que incluya las posibles modificaciones adecuadas del planeamiento urbanístico y las ordenanzas municipales, acciones de sensibilización y formación y, por último, las reglas para la evaluación y seguimiento del plan.

Como refuerzo de esta medida, se dedica un apartado especial a la adaptación al cambio climático en zonas costeras, por los efectos importantes previstos por la modelización climática en dichos ámbitos en el litoral mediterráneo. Para ello se señala que la identificación de los espacios, sectores y ámbitos más expuestos a riesgos, las Administraciones competentes, en sintonía con el programa de adaptación al cambio climático establecido en el artículo 12, elaboraran sus planes de adaptación para la reducción de dichos riesgos e implementaran las medidas identificadas.

Los próximos años verán la aprobación de planes normativos territoriales y urbanísticos en los que el tratamiento del cambio climático y de los riesgos asociados será un principio fundamental de actuación. Las leyes sectoriales que se han ido aprobando en los últimos años, en las escalas estatal y autonómica, ofrecen amparo normativo para incorporar buenos análisis-diagnóstico del cambio climático y de los extremos asociados, cartografías de riesgo y proyecciones de cambio climático de escalas pequeñas y la elaboración de propuestas de actuación concretas para la adaptación al cambio climático y la mitigación del riesgo natural. El territorio valenciano tiene una excelente oportunidad para consolidar la etapa de planificación sostenible de los territorios que se viene practicando, como principio de acción principal, en los últimos años.

4. EL PLAN VEGA RENHACE: UN PLAN ESTRATÉGICO TERRITORIAL DISEÑADO PARA LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA MEJORA DE LA RESILIENCIA FRENTE A EVENTOS EXTREMOS

La comarca de la Vega Baja del Segura engloba territorios diversos, con marcados contrastes entre huerta, campo, costa y montaña, profundamente antropizados desde época histórica, caracterizados geográficamente por la presencia del río Segura en su tramo bajo, que ha sido fuente de riqueza y, en ocasiones, también de desastres. El Segura es el elemento que da sentido

a la comarca. Un río de comportamiento mediterráneo desde su tramo medio hasta la desembocadura, con un caudal generalmente escaso que, sin embargo, experimenta crecidas desahoradas con ocasión de las lluvias torrenciales que se producen en el sureste peninsular. La adversidad ha sabido convertirse en oportunidad casi siempre con medios propios, con el propio esfuerzo de los habitantes de la comarca. Pero en ocasiones ha sido necesaria la ayuda externa en forma de inversiones, planes y actuaciones que permitieran recuperar la normalidad.

Las lluvias registradas durante los días 11 a 13 de septiembre de 2019 en algunas poblaciones de la Vega Baja del Segura no se habían registrado con tan elevadas intensidad y cuantía desde que hay registros meteorológicos. La Agencia Estatal de Meteorología calificó esta «gota fría» o «DANA» (depresión aislada en niveles altos), como un «temporal de lluvias sin precedentes en los últimos 100 años en la zona». La localidad de Orihuela acumuló 521,6 mm de precipitación en los días del temporal, especialmente en la jornada del 12 de septiembre. Por su parte, el Centro Europeo de Predicción Meteorológica a Medio Plazo (ECMWF), en su informe anual (2019) incluyó el episodio de DANA de septiembre de 2019 en la Comunitat Valenciana y, en particular, en la Vega Baja, como uno de los diez eventos atmosféricos extremos más destacados de este año.

La inundación de septiembre de 2019 evidenció la necesidad de preparar a la comarca de la Vega Baja, uno de los territorios con mayor grado de riesgo natural de la Comunitat Valenciana, para que su población y economía puedan resistir de mejor forma los efectos de futuros episodios similares que puedan ocurrir. Unos extremos atmosféricos que, como señala la modelización climática, pueden ocurrir con mayor frecuencia en las próximas décadas.

4.1. Bases teóricas y proceso de elaboración del Plan Vega Renhace

Junto al tratamiento de los riesgos naturales y del cambio climático en los procesos de planificación territorial, con criterio normativo (leyes y planes), está también la consideración de estos procesos en planes y acciones de carácter estratégico que posibilitan una mayor agilidad en el desarrollo de sus

determinaciones, frente a la mayor rigidez en los plazos administrativos de los procesos normativos.

A este segundo tipo de planificación, de carácter integral (afecta a todos los sectores de un espacio geográfico comarcal), pero realizada con visión estratégica responde el Plan Vega Renhace, aprobado en 2020, y que persigue la adaptación al cambio climático y la mejora de la resiliencia ante eventos naturales extremos de un ámbito territorial secularmente afectado por desastres.

El Plan Vega Baja Renhace o Plan Vega Renhace es, en efecto, un documento estratégico impulsado por la Administración autonómica (Generalitat Valenciana), a raíz del episodio de inundación de septiembre de 2019, que afectó gravemente a la comarca del Bajo Segura o Vega Baja del Segura.

Se trata, por tanto, de un plan estratégico en el que se recogen un total de 28 actuaciones prioritarias, clasificadas en cuatro grandes ejes temáticos: Eje 1-Infraestructuras Hidráulicas, Eje 2-Emergencia Climática, Eje 3-Desarrollo Económico y Eje 4-Sociedad (figura 1).



Figura 1. Ejes estratégicos y pilares conceptuales del Plan Vega Renhace.

Fuente: Generalitat Valenciana. Plan Vega Baja Renhace.

<https://presidencia.gva.es/va/web/vega-renhace>

A diferencia de otro tipo de planes, la base de dicho plan proviene de la participación ciudadana, en la cual han sido los ciudadanos, con el apoyo de dos grupos de trabajo (uno de expertos y otro de representación municipal), los que han identificado, propuesto y validado los problemas existentes en su comarca y sus posibles soluciones (Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021a).

El proceso participativo se diseñó con una doble vertiente: *bottom-up* (de abajo-arriba), es decir, desde la ciudadanía a las Administraciones competentes; y de *top-down* (de arriba-abajo), de manera viceversa. La vertiente *bottom-up* ha permitido dotar y empoderar a la ciudadanía con el objetivo de plantear propuestas concretas; mientras que la segunda vertiente ha permitido que las Administraciones propusieran actuaciones concretas para ser ejecutadas. Ambos procesos se han llevado a cabo simultáneamente, las propuestas planteadas de ambas vertientes han sido valoradas y seleccionadas por parte de la ciudadanía, por medio de una votación, para escoger las propuestas más necesarias para la comarca. La metodología empleada para la elaboración del citado plan destaca por tratarse de un procedimiento donde nadie ha dominado el proceso de toma de decisiones, y se ha seguido un proceso colaborativo riguroso e inclusivo, que tiene la finalidad de elaborar estrategias y planes que permitan la puesta en marcha de proyectos de una determinada comunidad (metodología Charrete) (Generalitat Valenciana 2019, Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021a, Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021b).

Tras el proceso de votación ciudadana se hizo un recuento o valoración de las propuestas, que han permitido establecer 28 actuaciones prioritarias para el periodo temporal de 2020-2023. Empero, la crisis sanitaria de la pandemia de la COVID-19 (2020-22), ha retrasado el avance de las actuaciones, por lo que, de manera oficial, estas actuaciones han comenzado a realizarse a partir del año 2021, por lo que el horizonte de trabajo se sitúa en 2024.

Las 28 actuaciones prioritarias, como se ha mencionado anteriormente, están agrupadas en cuatro pilares o ejes fundamentales, en las que se encuentran las siguientes actuaciones recogidas en la tabla 1.

Tabla 1. Actuaciones prioritarias Plan Vega Renhace

Eje	Medida	Actuación
INFRAESTRUCTURAS HIDRÁULICAS	Permeabilización de infraestructuras viarias	ACTUACIÓN #1 Actuaciones de permeabilización de infraestructuras viarias y Corredor hidráulico verde en torno al cauce del Segura.
		ACTUACIÓN #2 Actuación urgente en la N-332 en la desembocadura del río Segura: permeabilización del tramo comprendido entre La Marina y Guardamar del Segura.
	Plan integral de limpieza y mantenimiento del cauce del río Segura	ACTUACIÓN #3 Plan de limpieza integral del río Segura.
		ACTUACIÓN #4 Acuerdo entre la Confederación Hidrográfica del Segura y la Federación Valenciana de Municipios y Provincias para la realización de actuaciones de limpieza en cauces ubicados en zona urbana.
		ACTUACIÓN #5 Inversión en la reparación del mecanismo automático de la pantalla del río Segura y proyecto piloto de financiación de la limpieza.
	Plan de infraestructuras hidráulicas para la reducción de la peligrosidad ante las inundaciones	ACTUACIÓN #6 Convenio de la CHS con la Universitat Politècnica de València (Departamento de Hidráulica) para realizar un estudio de inundabilidad de la cuenca.
	Actuaciones urbanas sostenibles frente a inundaciones	ACTUACIÓN #7 Inversión en sistemas de drenaje sostenible.
		ACTUACIÓN #8 Creación de «Islas Polder» en núcleos urbanos de riesgo.
	Garantizar el suministro de agua para luchar contra la sequía	ACTUACIÓN #9 Mantenimiento del actual esquema de dotaciones hídricas para abastecimiento de las demandas agrarias, industriales y urbano-turísticas) de la comarca.
		ACTUACIÓN #10 Inversión en la mejora de la depuración de aguas residuales y su reutilización para la agricultura y creación de un proyecto europeo para situar la conversión de todas las depuradoras de la Comunitat Valenciana en uso terciario.

Eje	Medida	Actuacion
EMERGENCIA CLIMÁTICA	Creación de un Centro de Investigación de rango europeo en Extremos, Emergencias y Tecnologías del Agua	ACTUACIÓN #11 Creación de un Centro de Investigación de rango europeo en Extremos, Emergencias y Tecnologías del Agua.
	Plan de emergencia comarcal y planes municipales frente a las inundaciones y el riesgo sísmico	ACTUACIÓN #12 Implementación de planes de emergencias para todos los municipios de la comarca con el empleo de técnicos superiores en emergencias para su elaboración.
	Desarrollo de una aplicación para móviles (<i>app</i>) de alerta ante el riesgo de inundaciones dirigida a la ciudadanía	ACTUACIÓN #13 Creación de una <i>app</i> de Emergencias GVA.
		ACTUACIÓN #14 Firma de un acuerdo de Emergencias GVA con la Universidad de Alicante para crear una biblioteca de mensajes de riesgo de inundaciones en la Vega Baja.
		ACTUACIÓN #15 Acuerdo Emergencias GVA y Hidraqua para el uso de una plataforma de big data para la gestión de los embalses y las inundaciones.
Educación sobre el riesgo de inundación para ciudadanía	ACTUACIÓN #16 Plan de concienciación, educación e información ambiental sobre el riesgo de inundación y sísmico para la ciudadanía y gestores públicos	

Eje	Medida	Actuacion
DESARROLLO ECONÓMICO	Solución para la CV-95 y movilidad sostenible de la comarca	ACTUACIÓN #17 Análisis de la movilidad motorizada y necesidad de actuaciones en la red viaria de la comarca de la Vega Baja
	Impulso polígonos industriales	ACTUACIÓN #18 Estudio de planeamiento de la estación intermodal de la Vega Baja en San Isidro, Alicante.
	Vega Baja parque cultural	ACTUACIÓN #19 Proyecto Parque Cultural.
		ACTUACIÓN #20 Gestión inteligente del patrimonio cultural.
	Impulso al turismo en la comarca	ACTUACIÓN #21 Plan de dinamización y gobernanza turística de la Vega Baja.
		ACTUACIÓN #22 Impulso del turismo residencial en la comarca desde la perspectiva de la sostenibilidad, enmarcando su crecimiento y desarrollo en la Agenda Urbana 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
	Diversificación de la economía a través del impulso de sectores tecnológicos	ACTUACIÓN #23 Puesta en marcha de un Centro de Economía Creativa y Digital.
Impulso al sector agroalimentario y mejora de los procesos agrícolas mediante el uso de las nuevas tecnologías	ACTUACIÓN #24 Creación de un Centro de Investigación Agroalimentaria en el Campus de Orihuela.	
	ACTUACIÓN #25 Inteligencia artificial aplicada a la agricultura.	
SOCIEDAD	Mejora de la red transporte público	ACTUACIÓN #26: Plan de Movilidad de la Comarca de la Vega Baja.
	Planes de adaptación a las viviendas existentes en zonas inundables y su financiación	ACTUACIÓN #27 Guía virtual para la reducción de la vulnerabilidad de los edificios frente a las inundaciones para impulsar un modelo de vivienda adaptado al entorno y al grado de riesgo y peligrosidad.
	Plan de Acción Territorial de la Vega Baja	ACTUACIÓN #28 Plan de Acción Territorial de la Vega Baja.

Fuente: Generalitat Valenciana. Plan Vega Renhace. Elaboración propia.

Conviene destacar que, a diferencia de otros planes impulsados tras un acontecimiento natural, además de incluir actuaciones basadas en reducir los impactos de los fenómenos naturales o de la peligrosidad, se incluyen actuaciones para fomentar e impulsar el desarrollo social y económico de la población, y en definitiva, de la comarca, con especial hincapié en dos sectores claves: la agricultura y el turismo.

Por citar algunos ejemplos de actuaciones basadas en la reducción de la peligrosidad, por medio de obras ingenieriles (Perles Roselló, Olcina Cantos y Mérida Rodríguez 2018; Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2020), destacan el Plan «Sur» del río Turia a su paso por Valencia, tras la inundación de octubre de 1957; la nueva presa de Tous, posterior a la inundación de octubre de 1982; el Plan de Defensa Anti-inundaciones de la Cuenca del Segura, tras la riada de noviembre de 1987; y el Plan de Defensa ante las inundaciones en la cuenca del Júcar, a raíz de las inundaciones de noviembre de 1987 y octubre de 2000, entre otras (Olcina Cantos, Saurí Pujol, Hernández Hernández y Ribas Palom 2016).

Se trata de un plan estratégico que, además de incrementar la resiliencia de la comarca pretende impulsar el desarrollo social y económico, y este aspecto es un elemento novedoso en este tipo de planes postdesastre, que pretende marcar la línea de actuaciones del presente y del futuro para la comarca (Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021b). Asimismo, se trata de un plan estratégico con una visión integral de los diferentes elementos que interaccionan en el territorio, aspecto novedoso y ejemplar para otras regiones.

En lo que se refiere al impacto ambiental, social y económico que implica el plan, un estudio de la Universidad de Miguel Hernández (UMH), encargado de la evaluación y seguimiento del Plan Vega Renhace, estima que el impacto principal está basado en la mejora ambiental, esencia del plan; además de señalar un impacto económico de 613.300.000 de euros y 12.544 puestos de empleo, aproximadamente.

Con objeto de llevar a cabo estas actuaciones, la Generalitat Valenciana ha abierto una oficina física del Plan Vega Renhace en Orihuela, para realizar una mayor aproximación entre la ciudadanía y la Generalitat Valenciana, para que puedan aportar nuevas propuestas, dar a conocer problemáticas en la comarca y coordinar a los diferentes agentes públicos, sociales y económicos, para realizar las 28 actuaciones planteadas.

En definitiva, la finalidad del Plan Vega Renhace ha sido convertir la catástrofe en una oportunidad para impulsar un entorno más resiliente a los eventos atmosféricos extremos y la adaptación al cambio climático, además

de favorecer la regeneración social y económica de la Vega Baja, a la vez que se promueve un desarrollo territorial sostenible, basado en el respeto del medio ambiente, para posibilitar una mayor vertebración del territorio de la Vega Baja, con el resto de la Comunidad Valenciana (Olcina Cantos y Oliva Cañizares 2021b).

4.2. Logros del Plan Vega Renhace: estado de las actuaciones

Con la puesta en marcha de la oficina del Plan Vega Baja Renhace, se ha perseguido llevar a cabo avances en cada una de las 28 actuaciones prioritarias recogidas en el documento final. Sin embargo, algunas de las actuaciones se han visto atrasadas por diferentes motivos como la coordinación entre administraciones, el tiempo y fases para su ejecución o la solicitud de subvenciones autonómicas, estatales o europeas.

Se puede afirmar, por consiguiente, que en los ejercicios de 2021-2022 se ha conseguido asentar las bases de las 28 actuaciones, además de haber cumplido un total de 17, y las restantes se encuentran en fase de desarrollo o de ejecución. No obstante, conviene señalar que el Plan Vega Renhace presenta un carácter abierto y dinámico, característico de los planes estratégicos, que permite detectar otra serie de problemas y recoger nuevas actuaciones. De hecho, transcurridos dos años desde la apertura de la oficina de Orihuela, se han detectado nuevos problemas y nuevas actuaciones a realizar. Además, las actuaciones que están completadas presentan la posibilidad de incorporar nuevas acciones complementarias, a la vez que realizar un seguimiento de las mismas.

En este sentido, del total de actuaciones recogidas en la tabla 1, las actuaciones que se consideran completadas a finales de 2022 corresponden con las siguientes:

- *Actuación#3*. Plan de limpieza integral del río Segura (2021-2022).
- *Actuación#4*. Acuerdo entre la Confederación Hidrográfica del Segura y la Federación Valenciana de Municipios y Provincias para la realización de actuaciones de limpieza en cauces «urbanos» (07/05/2021).
- *Actuación#5* correspondiente a la inversión para la reparación del mecanismo automático de extracción de sólidos flotantes de la pantalla de

retención sobre cauce viejo del río Segura en Guardamar del Segura (2022).

- *Actuación#7* referentes a la Inversión en Sistemas Urbanos de Drenaje Sostenible (SUDS), por medio del Decreto Ley 13/2021, de 30 de julio, del Consell, de aprobación de las bases reguladas y concesión directa de ayudas para actuaciones de competencia local en los municipios de la Vega Baja del Segura, para facilitar la inversión en sistemas urbanos de drenaje y en actuaciones de limpieza sostenibles, en el marco del Plan Vega Renhace por la emergencia climática y la necesidad urgente de reactivación económica, publicado en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV), a fecha 30 de julio de 2021. En el ejercicio de 2021, se aprobó el Decreto Ley 13/2022, de 7 de octubre, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y concesión directa de ayudas complementarias para actuaciones de competencia local en los municipios de la comarca de la Vega Baja del Segura y Crevillent, para facilitar la inversión en actuaciones urbanas sostenibles, en el marco del Plan Vega Renhace, por la emergencia climática y la necesidad de urgente reactivación económica. La aprobación de este Decreto Ley implica la ampliación de ayudas para reducir las inundaciones pluviales en entornos urbanos (Sistemas Urbanos de Drenaje Sostenible, SUDS) y la incorporación del municipio de Crevillent/Crevillente ya que parte de su término municipal se halla en la Vega Baja *sensu stricto* y se vio afectado por las inundaciones de septiembre de 2019.
- *Actuación#9* sobre el Mantenimiento del actual esquema de dotaciones hídricas para el abastecimiento de las demandas (agrarias, industriales y urbano-turísticas) de la comarca.
- *Actuación#10*. Inversión en la mejora de la depuración de aguas residuales y su reutilización para la agricultura. En el ejercicio de 2021 se han realizado inversiones en algunas depuradoras de la Vega Baja. Para el ejercicio de 2022, la Generalitat Valenciana recoge en sus presupuestos de 2023 una inversión que supera los 30 millones de euros para mejorar las EDAR de la Vega Baja. Dicha inversión corresponde a un plan estructural de mejora de la depuración y regeneración de las aguas, en el que se pretende construir una nueva planta depuradora en Almoradí, mejorar el tratamiento de fangos en Pilar de la Horadada, y mejorar las depuradoras de Orihuela (casco) y Orihuela costa, además de 17 actuaciones en otras EDAR de la comarca.

- *Actuación#12* para la Implementación de planes de emergencias para todos los municipios de la comarca con el empleo de técnicos superiores en emergencias para su elaboración, es decir, la redacción de planes de emergencias (PTEM o PEM) y Plan de inundaciones (PAMRI), para los municipios de la comarca (44 planes + otros planes de diferentes temáticas) (Oliva y Olcina 2021). En el ejercicio de 2022, la Generalitat las subvenciones para la revisión y redacción de planes de emergencias y planes especiales municipales ha ascendido a 76.000 €, en el total de municipios de la comarca.
- *Actuación#13*. Creación de una *app* de Emergencias GVA para emergencias climáticas. La aplicación de emergencias de GVA ya existe, pero se ha decidido dar un paso más allá, y apostar por un sistema de alerta por mensajería (SMS) que, actualmente (2022), depende del sistema de Protección Civil Nacional y en la que ya se han realizado testeos de pruebas. A la espera de que se apruebe definitivamente en 2023.
- *Actuación#14*. Acuerdo Emergencias GVA con la Universidad de Alicante para crear una biblioteca de mensajes de riesgo de inundaciones en la Vega Baja.
- *Actuación#17*. Análisis de la movilidad motorizada y necesidad de actuaciones en la red viaria de la comarca de la Vega Baja. Análisis realizado por la Generalitat Valenciana e incluido en el PAT de la Vega Baja. Dicho análisis fue realizado en el año 2021, y en el ejercicio 2022 se han efectuado algunas inversiones en la mejora de la movilidad motorizada, por ejemplo, en la seguridad vial de la CV-95.
- *Actuación#18*. Estudio de planeamiento y viabilidad de la estación intermodal de la Vega Baja en San Isidro, Alicante. Dicho estudio fue realizado en el año 2021 cuyas conclusiones señalan que es viable, especialmente, para unirlo al desarrollo socioeconómico y las oportunidades del arco mediterráneo.
- *Actuación#21*. Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega. En el ejercicio 2021 se creó una marca territorio, entre la Administración pública y CONVEGA. Durante el ejercicio 2022, CONVEGA ha estado realizando presentaciones y actividades en todos los municipios de la Vega Baja, para potenciar el turismo y los productos locales.
- *Actuación#22*. Impulso del turismo residencial en la comarca desde la perspectiva de la sostenibilidad, enmarcando su crecimiento y desarrollo en la Agenda Urbana 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el ejercicio 2021 se creó una marca territorio,

entre la Administración pública y CONVEGA. Durante el ejercicio 2022, CONVEGA ha estado realizando presentaciones y actividades en todos los municipios de la Vega Baja, para potenciar el turismo y los productos locales, cumpliendo con los objetivos recogidos en la Agenda 2030.

- *Actuación#24.* Creación de un Centro de Investigación Agroalimentaria en el Campus de Orihuela. Dicho centro fue inaugurado el 28/05/2021 con el nombre de CIAGRO, como grupo de investigación en la Universidad de Miguel Hernández (UMH). En el ejercicio 2022 CIAGRO ha realizado múltiples tareas prácticas y de investigación sobre la agricultura sostenible en la Vega Baja (<https://ciagro.umh.es/>).
- *Actuación#25.* Inteligencia artificial aplicada a la agricultura. El grupo de investigación CIAGRO ha desarrollado varias investigaciones en materia de inteligencia artificial aplicada a la agricultura para conseguir un máximo aprovechamiento de los recursos hídricos y obtener una óptima productividad en los cultivos. En el ejercicio 2022 CIAGRO y AGROTECH han presentado una propuesta relacionada con dos talleres de especialización a la espera de recibir financiación.
- *Actuación#26.* Plan de Movilidad Sostenible de la Comarca de la Vega Baja. En el ejercicio 2021 la Generalitat Valenciana redactó dicho plan cuyos resultados fueron incorporados en el PAT de la Vega Baja. En el citado plan se recogen una serie de propuestas de carriles bici, de los cuales algunos están ya finalizados y otros se están ejecutando.
- *Actuación#27.* Guía Virtual para la reducción de la vulnerabilidad de los edificios frente a las inundaciones para impulsar un modelo de vivienda adaptado al entorno y al grado de riesgo y peligrosidad.

En lo que concierne al resto de actuaciones, se sigue trabajando para que, a partir del año 2023, comiencen a ejecutarse las obras más importantes para la comarca.

Tras el progreso de las actuaciones y ampliando las recogidas en el plan, se han detectado nuevos retos para incorporar en las actuaciones prioritarias, o bien pueden entenderse como nuevos objetivos prioritarios del plan (tabla 2).

Tabla 2. Nuevas actuaciones consideradas por el Plan Vega Baja Renhace (2022)

Eje	Nuevas actuaciones	Descripción
Infraestructuras hidráulicas	Permeabilización de infraestructuras viarias (CV-861, CV-860, N-340, CV-930, CV-91, CV-900, CV-911, CV-95, AP-7, AVE, CV-923, CV-920 y A-7)	El Estado ha considerado como tema primordial el estado de la N-332 para su permeabilización y actuaciones correspondientes (2021). El Estado ha considerado elevar la N-332 por encima de los azarbes de la Vega Baja, y aprovechar dicha obra para duplicar los carriles en ese tramo (2022). En el ejercicio 2021 se incorporaron las carreteras CV-923, CV-920 y A-7. En el ejercicio 2022 se ha realizado un informe técnico sobre las carreteras afectadas (cortadas) en septiembre de 2019, y de la AP-7, a su paso por Almoradí-Catral. Asimismo, se ha solicitado a la Generalitat su actuación para sobreelevar la CV-920.
	Aprovechamiento del acuerdo entre la CHS y la FVMP para la limpieza de «cauces urbanos»	Se ha detectado que tras el acuerdo entre la CHS y la FVMP, solamente los municipios de Orihuela y Almoradí han aprovechado esta actuación para limpiar el cauce del río Segura, a su paso por la localidad. Empero, el resto de municipios no han realizado ninguna actuación de limpieza en sus tramos correspondientes. Desde la Oficina del Plan Renhace se señala que se debe al desconocimiento del significado de «cauces urbanos» y de los tramos correspondientes, por lo que se ha solicitado un listado a la CHS de los tramos que consideran cauces urbanos (2021). La CHS está desarrollando la cartografía hidráulica que distingue cauces urbanos y dominio público. Han facilitado la cartografía dedicada a la Vega Baja (2022).
	Obtención de subvenciones para los SUDS	Para incrementar la resiliencia de los municipios, es necesario conseguir nuevas subvenciones y fondos europeos para la realización de las actuaciones recogidas en el Plan Director Nature.

Eje	Nuevas actuaciones	Descripción
Infraestructuras hidráulicas	Obtención de nuevos recursos hídricos	Impulsar el funcionamiento de la desalación, reduciendo costes de producción y económicos, así como ampliar la capacidad de desalar agua anualmente. En este caso, la actuación se centraría en la desaladora de Torrevieja a la espera de que los regantes firmen un acuerdo con el MITERD para conseguir agua desalada a 0,32 €/m ³ .
	Ampliar las estaciones depuradoras de aguas residuales de la comarca (EDAR)	Se ha detectado que la comarca de la Vega Baja del Segura, tiene una capacidad total de depurar de 54 hm ³ anuales. No obstante, la realidad es que se depura un total de 23-25 hm ³ anuales, de los cuales menos de la mitad disponen de un tratamiento terciario y un aprovechamiento directo, lo que implica que el resto de agua presenta un tratamiento secundario o de vertido, y de aprovechamiento indirecto, de un agua de peor calidad. En este sentido, se ha propuesto la ampliación de las siguientes depuradoras: Orihuela, Orihuela-Costa, Sistema Callosa de Segura, Almoradí, Albatera-San Isidro, Dolores-Catral, Jacarilla-Bigastro, Rojales y San Fulgencio-Daya Nueva-Daya Vieja, con lo que se conseguiría un volumen anual de 24 hm ³ /año de agua de buena calidad con tratamiento terciario y avanzado.
Emergencias climáticas	Puesta en marcha del Centro de Investigación de rango europeo en Extremos, Emergencias y Tecnología del Agua	El citado centro recibirá el nombre de Centro de Análisis y Extremos del Agua. Se pondrá en marcha con la subvención otorgada por el MITERD al Plan Vega Renhace.

Eje	Nuevas actuaciones	Descripción
Emergencias climáticas	Redacción de un Plan de Emergencias Comarcal	<p>La comarca de la Vega Baja del Segura es una «región-riesgo» que cumple con la definición otorgada por Olcina (2006), dado que se dan varios peligros naturales en un espacio geográfico de características similares. En esta línea, la comarca presenta tres tipos de peligros relevantes: sequías, inundaciones y sismos.</p> <p>Con la redacción de los planes de emergencia y de inundaciones municipales se ha detectado que existen discordancias o desajustes a la hora de actuar en una emergencia entre municipios adyacentes, o bien algunos de ellos recogen la necesidad de evacuar a su población a municipios concretos, los cuales desconocen dicha información o bien no queda reflejada en sus planes. Por estos motivos, surge la necesidad de la elaboración de un plan comarcal en la Vega Baja del Segura (Oliva Cañizares, Sainz-Pardo Trujillo y Sánchez Almodóvar 2020), que permita gestionar la emergencia de las inundaciones y de los terremotos. Se trataría de un plan superior a los municipales, pero supeditado al autonómico, que permitiría gestionar la emergencia hasta la incorporación de un plan autonómico. Ello posibilitaría corregir los desajustes que hoy en día existen, así como plantear una gestión racional y coherente ante una emergencia.</p>
	Establecer un sistema de mensajería para emergencias similar al de la GVA Sanitat que llega a toda la población	El Gobierno autonómico está a la espera de la decisión final de Protección Civil Nacional para la aplicación de esta medida e incorporar la biblioteca de mensajes.

Eje	Nuevas actuaciones	Descripción
Emergencias climáticas	Implantación de planes de emergencias e inundaciones en los municipios	Conseguir durante el ejercicio 2023 que los ayuntamientos cumplan con el apartado de implantación de los planes aprobados (talleres, comunicaciones, charlas informativas, simulacros...).
	Campañas de concienciación ante los riesgos naturales	Realizar campañas de concienciación y sensibilización de los riesgos naturales a toda la sociedad de la comarca de la Vega Baja del Segura.
	Incorporar señales de zonas inundables en los municipios e infraestructuras que se ven afectadas por las inundaciones	Propuesta de Díez-Herrero et al. (2021) de incorporar señales o avisos de zonas inundables en los municipios e infraestructuras viarias que se ven afectadas por las inundaciones.
Desarrollo económico	Facilitar el acceso al Hospital Vega Baja	Se ha detectado la falta de transporte público y de accesos al Hospital Vega Baja, cuando resulta de un equipamiento vital para la vida cotidiana y en caso de emergencias.
	Creación de nuevas rutas y servicio de transporte público de la comarca	Incorporar nuevas rutas y redes de transporte público que permita conectar los municipios y el Hospital Vega Baja.
	Mejorar la conexión del transporte público entre los municipios	Incorporar nuevas rutas y redes de transporte público que permita conectar los municipios y el Hospital Vega Baja.
Sociedad	Creación de nuevos carriles bici, recorridos, vías pecuarias y zonas verdes que permitan la movilidad no motorizada por la comarca y el ocio y disfrute de la sociedad	Impulsar los desplazamientos de la población por medio de rutas que implique el transporte no motorizado por la comarca, por medio de la creación de rutas de paseo, carriles bici y zonas verdes para el ocio y disfrute de la población.

Eje	Nuevas actuaciones	Descripción
Sociedad	Restauración ambiental y dragado en el cauce antiguo del río Segura	La CHS va a actuar en el dragado del tramo final del cauce viejo del río Segura. Durante los ejercicios 2021 y 2022 ha realizado el mantenimiento del estado del río por tramos. Se espera que las actuaciones aprobadas en el PGRI incluyan un dragado completo del cauce viejo del río Segura.
	Restauración y mejora del sistema de red de riego (acequias y azarbes)	La Generalitat Valenciana ha invertido 12 millones de euros en la mejora de la red de acequias y azarbes de toda la comarca de la Vega Baja del Segura, ejecutada en tres fases. Fase I está completada. Fase II y III en 2023. Se pretende impulsar el denominado proyecto de parque cultural y gestión inteligente del patrimonio para conseguir una figura de protección a este sistema milenario.
	Elaboración de planes de protección de los edificios frente a las inundaciones: Hospital Vega Baja	El MITERD ha otorgado una subvención a la Generalitat Valenciana en el marco del Plan Vega Renhace de 10 millones de euros, de los cuales 5 millones se van a invertir en la protección del hospital de la Vega Baja del Segura y la renaturalización, recuperación y restauración de 5 kilómetros del cauce del río Segura.
	Aprobación del PAT de la Vega Baja del Segura	Se considera necesario que el Plan de Acción Territorial de la Vega Baja juegue un papel fundamental para la idea de territorio sostenible para la comarca, que permita un desarrollo sostenible que respete el medio ambiente, a la vez que ponerlo en valor, para favorecer el desarrollo socioeconómico de la población, y que permita, a su vez, tomar medidas para la adaptación al cambio climático y a los extremos atmosféricos.

Fuente: Elaboración propia.

El Plan Vega Renhace es una oportunidad última que tiene la comarca de la Vega Baja del Segura para la adaptación de su territorio, de sus actividades económicas y de su población a los efectos del cambio climático y del conjunto de peligros naturales que le afectan. No obstante, tiene una dificultad añadida para su desarrollo y es su carácter de plan estratégico, no normativo. De manera que depende de la voluntad política en cada momento para la puesta en marcha de las actuaciones previstas. Es, por tanto, un reto para la Administración regional que debe actuar como órgano de coordinación entre Administraciones (provincial y local) y entidades y organizaciones de la comarca. Y todo ello para demostrar la validez de la planificación estratégica como herramienta eficaz de ordenación de actuaciones y usos en el territorio.

5. CONCLUSIONES

El análisis de los riesgos naturales se ha ido incorporando en los procesos de planificación territorial como un elemento importante para la asignación de nuevos usos en el suelo. La aparición de normativas (suelo, ordenación del territorio, agua, normativa sismorresistente), en las diferentes escalas de trabajo, donde se obliga a incorporar análisis y cartografía de riesgo en los planes territoriales ha supuesto un impulso para la aplicación de los conocimientos académicos sobre peligrosidad, vulnerabilidad y exposición en la ordenación territorial. La Comunitat Valenciana es un buen ejemplo de inclusión del análisis de riesgo natural en la planificación territorial, a partir de la promulgación de normativas y mapas oficiales de riesgo que se han convertido en un elemento más de la documentación necesaria en la tramitación de un plan.

El mapa se ha convertido en el documento de acreditación jurídica del riesgo natural, pieza clave para la asignación de nuevos usos en el suelo. La mejora de las herramientas cartográficas permite, además, un nivel de precisión y detalle necesario en los procesos urbanísticos.

La aplicación de las normativas y planes aprobados y vigentes en el territorio valenciano ha puesto de manifiesto desajustes y necesidades de mejora para conseguir un mayor efecto en la reducción del riesgo natural mediante planificación territorial. Es necesario un seguimiento real del cumplimiento de normativas y planes existentes por parte de la Administración regional

y local. Asimismo, debe activarse desde los órganos de la Administración regional encargados de la revisión y seguimiento de los documentos de planificación territorial una comprobación exigente de la calidad de la cartografía de riesgo natural. La realidad actual del cumplimiento de dicho artículo de la ley del suelo es bastante desalentadora: mapas de peligrosidad y no de riesgo, escalas de trabajo inadecuadas, mapas exclusivamente de inundación y no de todos los «riesgos naturales existentes» en un territorio. En definitiva, un cumplimiento «de compromiso», para cubrir la exigencia normativa. En los próximos años deberá exigirse la incorporación de la modelización. Por último, se impone un cambio normativo que agilice los procedimientos de aprobación de planes, para que sea posible una actualización frecuente del planeamiento en función de la evolución del proceso actual de calentamiento climático.

La aprobación de la ley estatal de Cambio Climático y Transición Energética (Ley 7/2021), así como el desarrollo de normativas de este tipo en las comunidades autónomas –como ocurre en la valenciana–, abre oportunidades para el desarrollo de prácticas de mitigación y adaptación al cambio climático en los procesos de ordenación territorial. Varios artículos de estos textos normativos tienen relación directa con la consideración del cambio climático y de sus extremos atmosféricos asociados en la planificación de ámbitos regionales y locales. Se trata de un marco favorable para incentivar la elaboración de informes, mapas y proyecciones sobre cambio climático y riesgos que van a resultar imprescindibles para la planificación territorial a desarrollar a partir de ahora.

En la Comunitat Valenciana, la puesta en marcha del Plan Vega Renhace, plan estratégico territorial de escala subregional, ha sido una decisión política acertada para la formulación de actuaciones que tienen por objeto la adaptación al cambio climático y la mejora de la resiliencia territorial frente a eventos naturales de rango extremo. La inundación de septiembre de 2019 evidenció la necesidad de preparar a la comarca de la Vega Baja, uno de los territorios con mayor grado de riesgo natural de la Comunitat Valenciana, para que su población y economía puedan resistir de mejor forma los efectos de futuros episodios similares que puedan ocurrir. Unos extremos atmosféricos que, como señala la modelización climática, pueden ocurrir con mayor frecuencia en las próximas décadas. Este plan es una oportunidad para la adaptación de su territorio, de sus actividades económicas y de su población a los efectos del cambio climático y del conjunto de peligros naturales que le afectan de una comarca con elevado grado de riesgo frente

a episodios extremos (sismicidad, inundaciones, sequía, temporales marítimos). Este plan, en fase actual de desarrollo y puesta en marcha de los proyectos diseñados, ofrece unos resultados preliminares muy esperanzadores para la planificación territorial sostenible, de forma integral, de la comarca de la Vega Baja del Segura. No obstante, para la implementación de todas las actuaciones previstas cuenta con la dificultad de su carácter estratégico y de la dependencia exclusiva para su ejecución de la voluntad política de las Administraciones (estatal, regional, provincial y local) existentes en cada momento.

REFERENCIAS

- Cruz-Mera, Ángela de la. 2019. «La Agenda Urbana Española». *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales* 51 (202): 675-686.
- Cruz Villalón, Josefina. 2018. «La ordenación del territorio en España en busca de su identidad. Estudio comparado del modelo territorial». En *Territorio y estados. Elementos para la coordinación de las políticas de ordenación del territorio en el siglo XXI*, eds. Joaquín Farinós y Enrique Peiró. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Díez Herrero, Andrés, Mario Hernández, Daniel Vázquez Tarrío, Mercedes Velasco de la Rubia. 2021. «Incorporación de contenidos sobre el riesgo de inundación en la educación vial» En *Inundaciones y sequías. Análisis multidisciplinar para mitigar el impacto de los fenómenos climáticos extremos*, eds. Joaquín Melgarejo, María Inmaculada López-Ortiz y Patricia Fernández. Alicante: Universitat d'Alacant.
- Ezquiaga Domínguez, José María. 2018. «El porvenir de una ilusión. Planificar en un contexto de indeterminación e incertidumbre». En *Ciudad y formas urbanas. Perspectivas transversales. Volumen 8. Teorías, historia urbana y metodologías urbanísticas*. II Congreso Internacional ISUF-H Zaragoza 2018, Hispanic International Seminar on Urban Form. Zaragoza. DOI: 10.26754/uz.9788417358808.
- Farinós Dasí, Joaquín. 2010. «Gobernanza para una renovada planificación territorial estratégica: Hacia la innovación socio-territorial». En *Planificación Estratégica Territorial: Estudios Metodológicos*, coords. Martín Mesa, Antonio y Rafael Merinero Rodríguez. Sevilla: Junta de Andalucía / Universidad de Jaén / Radeut.

- (coord.). 2021. *Guía para una gobernanza efectiva del territorio. Un decálogo para la buena práctica de la ordenación del territorio en España*. Universitat de València. <<https://gdls.blogs.uv.es/decálogo-ot/>>.
- Farinós Dasí, Joaquín, Enrique Antequera Terroso, Mercedes Almenar-Muñoz, Manuel Borobio Sanchiz y Berezi Elorrieta Sanz et al. 2021. «Resultados de la evaluación de procesos aplicado a la OT en España. A modo de conclusiones y algunas recomendaciones». En *Evaluación de procesos: una mirada crítica y propositiva de la situación de la política e instrumentos de Ordenación del Territorio en España*, eds. Joaquín Farinós, Enrique Peiró y Esther Rando. Navarra: Thomson Reuters Aranzadi.
- Farinós Dasí, Joaquín., Josep Vicent Boira Maiques, Vicente Palomo Torralva y Daniel Del Río Franqueira, D. 2015. «Planificación territorial estratégica supramunicipal en España; actualización regional y tipologías resultantes». En *Análisis espacial y representación geográfica: innovación y aplicación*, eds. Juan de la Riva, Paloma Ibarra, Raquel Montorio y Marcos Rodrigues. Zaragoza: Universidad de Zaragoza-AGE.
- Farinós Dasí, Joaquín y Jorge Olcina Cantos. 2022. *Ordenación del Territorio y medio ambiente*. Col. Humanidades. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Farinós Dasí, Joaquín, Jorge Olcina Cantos, Antonio Manuel Rico Amorós, Carles Rodríguez Navarro, Luis del Romero Renau, Cayetano Espejo Marín y José Fernando Vera Rebollo. 2005. «Planes estratégicos territoriales de carácter supramunicipal». *Boletín de la AGE* 39:117-149.
- Fernández-García, Felipe y David Olay-Varillas. 2021. «La planificación estratégica como instrumento de desarrollo territorial integra». *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales* 53(208): 285-310. DOI: 10.37230/CyTET.2021.208.01.
- Fernández Güell, José Miguel. 2007. «25 años de planificación estratégica de ciudades». *Ciudad y territorio: Estudios territoriales* 39(154): 621-637.
- Generalitat Valenciana. 2020. *Plan Vega Renhace: Una estrategia integral para la resiliencia de la comarca de la Vega Baja del Segura*. Dirección General de Análisis y Políticas Públicas, Valencia, pp. 98. Disponible en <<https://presidencia.gva.es/va/web/vega-renhace>> [18/10/2021].
- Méndez Gutiérrez del Valle, Ricardo. 2017. «Organización espacial del sistema económico en un contexto globalizado». En *Geografía humana de*

- España: curso de introducción*, coord. Joan Romero. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Olcina Cantos, Jorge. 2006. *¿Riesgos naturales? I. Inundaciones y sequías*. Barcelona: DaVinci Continental.
- . 2021. «La adaptación al cambio climático, una oportunidad para el desarrollo territorial sostenible en escalas regional, subregional y local: ejemplos en el territorio valenciano». *Terra. Revista de Desarrollo Local* 8: 253-279. DOI 10.7203/terra.8.2036.
- Olcina Cantos, Jorge y Antonio Oliva Cañizares. 2020. «Medidas estructurales vs cartografía de inundación en la valoración del riesgo en áreas urbanas: El caso del barranco de las Ovejas (Alicante, España)». *Cuadernos Geográficos* 59 (2):199-220.
- . 2021a. «Plan Vega Renhace: Una estrategia para la resiliencia territorial ante extremos atmosféricos naturales y para la adaptación al cambio climático». En *Soluciones ante los riesgos climáticos en ríos y costas. Documento técnico del CT30*, coords. Anja Thomsen, Joaquín Farinós y Eduardo Perero. Madrid: Fundación CONAMA.
- . 2021b. «El Plan Vega Renhace: Una oportunidad estratégica para la adaptación de un territorio a los extremos del agua». En *Inundaciones y sequías. Análisis Multidisciplinar para Mitigar el Impacto de los Fenómenos Climáticos Extremos*, eds. Joaquín Melgarejo, María Inmaculada López-Ortiz y Patricia Fernández. Alicante: Universitat d'Alacant.
- Olcina Cantos, Jorge, David Saurí Pujol, María Hernández Hernández y Anna Ribas Palom. 2016. «Flood policy in Spain: a review for the period 1983-2013». *Disaster Prevention and Management* 25 (1):1-20.
- Oliva Cañizares, Antonio y Jorge Olcina Cantos. 2021. «La Protección Civil y la gestión de las emergencias: experiencia del Plan Vega Baja Renhace (Actuación 12)». En *Inundaciones y sequías. Análisis Multidisciplinar para Mitigar el Impacto de los Fenómenos Climáticos Extremos*, eds. Joaquín Melgarejo, María Inmaculada López-Ortiz y Patricia Fernández. Alicante: Universitat d'Alacant.
- Oliva Cañizares, Antonio, Alejandro Sainz-Pardo y Esther Sánchez. 2020. «La cartografía de vulnerabilidad como base de los planes de emergencias: análisis-diagnóstico del término municipal de Daya Vieja (Alicante)». En *Riesgo de inundación en España: análisis y soluciones para la generación de territorios resilientes*, eds. M.^a Inmaculada López-Ortiz y Joaquín Melgarejo. Alicante: Universitat d'Alacant.

- Perles Roselló, María Jesús, Jorge Olcina Cantos y Matías Mérida Rodríguez. 2018. «Balance de las políticas de gestión del riesgo de inundaciones en España: de las acciones estructurales a la ordenación territorial». *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales* 50(197): 417-438.
- Romero Aloy, María Jesús y Vicente Vidal Climent. 2018. «Planificación estratégica territorial y alteraciones del plan general». *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales* 50(195): 7-20. <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/76606>.

LA TERRITORIALIZACIÓN DE LAS DECISIONES PÚBLICAS: LA ORDENACIÓN DEL TURISMO EN LAS «ISLAS VERDES» DE CANARIAS

MOISÉS SIMANCAS CRUZ

DAVID GONZÁLEZ MEDINA

Universidad de La Laguna

Palabras clave: Islas verdes, Canarias, turismo, ordenación del territorio, territorialización, políticas públicas, insularización, moratoria turística.

Keywords: Green islands, Canary Islands, Tourism, Territorial Planning, Territorialization, Public Policies, Insularization, Tourist Moratorium.

1. INTRODUCCIÓN

La articulación de la forma en cómo se definen las políticas públicas está condicionada no solo por la estructura económica y social de cada lugar, sino también por las características y circunstancias de cada territorio. De esta manera, el concepto de «localización» de las políticas públicas implica un proceso de adaptación a escala local a través del denominado *place based approach* —y no *spatially blind*—. Esto implica un proceso de concreción y traslado de las estrategias públicas diseñadas a una determinada escala geográfica y para los ámbitos locales, con el fin de adecuarlas al contexto, necesidades y singularidades endógenas.

Lo anterior sustenta que preferimos referirnos a la localización como un proceso de *territorialización*. Está basado en una visión global y concertada del territorio, que busca la integración de los recursos endógenos. Ello implica dotar de un enfoque territorial a las estrategias y acciones públicas. Así, a diferencia de lo que se sostiene en el enfoque sectorial, plantea un énfasis en las intervenciones territoriales. Se trata no solo de integrar el potencial de cada ámbito geográfico en su logro, sino de tener en cuenta tanto la identidad territorial, como las complejas dinámicas de todos sus actores. Se trata de aplicar el enfoque basado en el lugar, planteado inicialmente en el Libro Verde de la Comisión Europea sobre cohesión territorial y, sobre todo, la nueva Agenda Territorial Europea 2020. De esta manera, las especificidades de un territorio desempeñan un papel clave. Así, la territorialización de políticas públicas requiere comprender el territorio como actor y condicionante.

La territorialización de las decisiones públicas turísticas otorga a la geografía, en general, y a la geografía del turismo, en particular, un papel esencial. Así, el conocimiento geográfico se ha posicionado como una de las disciplinas más útiles no solo para la interpretación de la importancia global y local del turismo (Pearce 1988). También para ofrecer un marco integrado idóneo para entender las características territoriales de los espacios turísticos. Para ello, la aplicación del enfoque de inteligencia territorial resulta adecuado (Ivars, Solsona y Giner 2016).

Este proceso de territorialización de las decisiones públicas permite pasar de lo global a lo específico, de las voluntades y aspiraciones generales a las necesidades y prioridades locales en coherencia con el *motto* clásico del desarrollo sostenible: «Piensa globalmente y actúa localmente». Esta escala es la más directamente implicada y cercana a los actores. A este respecto, de acuerdo con el concepto de subsidiaridad, las decisiones deben adoptarse en el nivel apropiado más bajo, no solo para aprovechar la percepción de los *stakeholders* acerca de los problemas locales, sino también su capacidad de movilización para el diseño e implementación de las políticas y acciones, en la medida en que estos van a ser también sus destinatarios.

Sin embargo, la observación del proceso de territorialización de la acción pública puede interpretarse como una reactivación y un redimensionamiento del voluntarismo político, pero por medios diferentes de los instrumentos centrales de regulación económica. En este sentido, la consideración de la singularidad territorial de las respuestas públicas es susceptible de responder a la convergencia de los intereses de diferentes grupos o partes interesadas

(*stakeholders*). Las relaciones que se establecen entre esos grupos participan de la afirmación y la consolidación de lo que puede ser designado como un espacio de ordenación territorial del turismo, que conviene incentivar e integrar en el análisis de la acción pública.

Las condiciones geográficas de las islas Canarias (España) han determinado distintos estados de implantación de la actividad turística. Ello ha motivado un desarrollo económico diferenciado en su distribución territorial, en consecuencia se aprecian significativas diferencias, algunas de las cuales son generadoras de importantes desequilibrios. Asimismo, ha obligado a la necesidad de considerar y adaptar los procesos de ordenación territorial a estas especificidades territoriales. Este proceso de localización se produjo en las Islas Canarias (España) en el año 2001, cuando se planteó un régimen de ordenación sectorial y territorial del turismo diferente en los espacios insulares en el marco del «proceso de moratoria turística». Este dio lugar a la necesidad de aplicar un régimen de ordenación turística distinto y específico en las islas occidentales (La Palma, La Gomera y El Hierro), que en ese momento comenzaron a denominarse como «islas verdes», al de las islas consolidadas turísticamente (Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote). En este trabajo se analiza el proceso de planificación adaptada de la actividad turística a las condiciones específicas de las islas verdes. Se ahonda en el concepto de «análisis de esas partes interesadas» (*stakeholder analysis*), con el fin de identificar a los actores públicos y privados, así como para descubrir sus patrones de comportamiento e interacción en el marco del concepto de «gestión de las partes interesadas» (*stakeholder management*) (Freeman 1984). Para ello se ha optado por el enfoque de análisis de contenido o de correlato del proceso de toma de decisiones. Ello nos ha permitido identificar a los actores que se involucraron en la definición de este régimen singular de ordenación de la actividad turística.

2. EL PROCESO DE DEFINICIÓN DE UN RÉGIMEN ESPECÍFICO DE ORDENACIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS ISLAS VERDES DE CANARIAS

2.1. La primera etapa del proceso de territorialización (2001-2016): las normativas desarrolladas en el marco del proceso de moratoria turística

2.1.1. La consideración de la necesidad de establecer un régimen especial turístico en las islas verdes

Tras una fase recesiva entre 1993 y 1995, en la que disminuyó el número de turistas, entre otras razones, por la crisis internacional, entre 1996 y 2001 se produjo una etapa de expansión que hemos denominado como «tercer *boom* turístico canario» (García 2014, Simancas 2015). Supuso un momento de «desarrollo fácil del turismo» (Hernández 2010), derivado de un importante dinamismo del binomio «turismo-construcción», como consecuencia de unas extraordinarias expectativas derivadas del marco financiero-fiscal del momento y el «urbanismo liberal» (Simancas 2019). Así, aunque el 95,9 % de la oferta de alojamiento turístico existente en Canarias en 2000 se concentraba en cuatro de las siete islas del Archipiélago, las que hemos denominado como «turísticamente consolidadas» (Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote). Por su parte, las islas occidentales, El Hierro, La Gomera y La Palma, contaban una limitada, aunque incipiente actividad turística. Esta limitación se debe, entre otras circunstancias, a las carencias y dificultades en las comunicaciones y el transporte, por ejemplo, en la isla de La Palma, «El tardío y limitado crecimiento turístico se debe fundamentalmente al deficiente desarrollo de las infraestructuras del transporte exterior, tanto del puerto como del aeropuerto» (Guerra 2020), así como la carencia de recursos vinculados con el turismo azul –fundamentalmente, playas de arena–. Esta debilidad del sector turístico ha influido negativamente en los otros sectores productivos de estas últimas islas, registrando cifras de desempleo, así como el estancamiento e, incluso, el descenso demográfico y el envejecimiento de la población.

El crecimiento de la capacidad alojativa del archipiélago producido en dicho *boom* turístico en términos porcentuales presentó importantes contrastes entre dos grupos de islas: mientras para esas islas fue relativamente baja,

pues, a excepción de Fuerteventura (33,4 %), la tasa fue negativa en Tenerife (-0,3%) y se situó por debajo de la media (23,1%) en Gran Canaria (12 %) y Lanzarote (7,4 %), para las no consolidadas fue alta, con tasas del 40,8 %, 40,5 % y 28 % en La Palma, El Hierro y La Gomera, respectivamente. De esta manera, esta etapa expansiva permitió la incorporación de este último grupo de islas al proceso de desarrollo turístico de litoral «de masas», así como que el mayor crecimiento alojativo se produjo en las islas con menor número de plazas hasta ese momento.

Este escenario fue el que dio lugar a la denominada «moratoria turística», que constituyó una política sustantiva turística, que marcó el devenir del debate político y económico de la V Legislatura (1999-2003), y llegó a convertirse en su «proyecto estrella» (Simancas 2015). Esta se inició formalmente por la aprobación del Decreto 4/2001, por el que se acordó la formulación de las Directrices de Ordenación General y las del Turismo, que prohibió la concesión de nuevas autorizaciones turísticas previas. Esta medida intentó evitar que el estado de tramitación del planeamiento urbanístico y, sobre todo, el otorgamiento de licencias, por parte de los ayuntamientos turísticos distorsionasen sustancialmente la situación preoperacional a la aprobación de ambas directrices, consolidándose un escenario incompatible con el modelo pretendido de ordenación turística y territorial. En este sentido, esta fue otra muestra de la interdependencia plena entre la planificación turística y la territorial que ha caracterizado la Comunidad Autónoma de Canarias, dado que legislador se ha preocupado de que la ordenación turística se haga operativa a través de los instrumentos de ordenación territorial.

El conocimiento a principios del 2001 del borrador *Medidas normativas urgentes de contención del crecimiento turístico*, elevado el 25 de septiembre de 2000 por el consejero de Turismo y Transporte al presidente del Gobierno de Canarias, en el que planteaba la suspensión del otorgamiento de licencias urbanísticas de nueva oferta turística alojativa durante la elaboración del proyecto de decreto que iniciara el procedimiento de formulación y aprobación de las Directrices de Ordenación del Turismo reguladas en el Decreto Legislativo 1/2000, de 8 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes 9/1999, de Ordenación del Territorio de Canarias, y 12/1994, de Espacios Naturales de Canarias. Esta medida tuvo una oposición frontal por parte de los principales sectores socioeconómicos de La Palma (Martín 2021). Estos solicitaron con insistencia un trato excepcional, considerando que el escenario de crecimiento previsto en esta isla para el periodo 1988-1995 no se había producido, a la vez que el desarrollo turístico

era la única y necesaria solución al déficit y desequilibrio económico y social de las islas occidentales con respecto al resto del archipiélago.

Dicha solicitud determinó la necesidad de considerar la diversidad regional desde una lógica de zonificación de la gestión pública, apropiada para cada realidad territorial insular. Así, el Decreto 4/2001 diferenció entre las islas consolidadas turísticamente y las que a partir de ese momento comenzaron a denominarse como «islas verdes» en relación con la prohibición de la concesión de nuevas autorizaciones turísticas previas durante un año, prorrogable a otro, para las primeras y de seis meses, prolongable hasta un máximo de un año, para las segundas. Asimismo, la construcción de hoteles rurales y los de una categoría mínima de cuatro estrellas que contasen con un tipo de la oferta complementaria de ocio (campo de golf, puerto deportivo o complejo temático o de salud) quedaron exceptuados, con el fin no sólo de habilitar una alternativa a las expectativas empresariales, sino también de cualificar el modelo de alojamiento turístico y captar nichos de mercado de mayor valor añadido. Supuso un primer trato diferencial con estas islas, sustentado en la diferencia del nivel de renta per cápita respecto de los restantes espacios insulares.

A diferencia de los Cabildos de La Gomera y El Hierro, que aceptaron las condiciones del decreto, el de La Palma llegó a considerar recurrirlo. La razón estaba en el riesgo de suspensión de las plazas turísticas aprobadas sin ejecutar y las previstas en el planeamiento urbanístico; según el informe interno de la Consejería de Política Territorial y Medio Ambiente del Gobierno de Canarias (2001), a febrero del 2001, tales plazas ascendían a 10.533 y 30.395, respectivamente, las cuales se iban a incorporar a las 8.496 plazas en funcionamiento. Estas plazas expectantes situaban la isla en el cuarto puesto del *ranking* en este aspecto del archipiélago, por delante incluso de una isla turística como Lanzarote.

El Decreto 126/2001 suspendió la vigencia de las determinaciones turísticas de los Planes Insulares de Ordenación y de los instrumentos de planeamiento urbanístico, que supuso la reacción al Auto 792/2001 del Tribunal Superior de Justicia de Canarias, que suspendió el Decreto 4/2001, mantuvo el trato diferencial y especial a las islas verdes. Sin perjuicio del éxito de las impugnaciones jurisdiccionales presentadas, sin solución de continuidad y aplicación del Decreto 126/2001, se aprobó la Ley 6/2001, de 23 de julio, de Medidas Urgentes en materia de Ordenación del Territorio y del Turismo de Canarias. La Disposición Adicional Primera reconoció la singularidad de El Hierro, La Gomera y La Palma, la menor dimensión de su oferta alojativa

turística y su situación territorial, económica y demográfica diferente; este será un argumento repetido, a modo de *mantra*, en las exposiciones de motivos de las sucesivas normas. Como se puede apreciar, la competitividad se planteó como un objetivo unívocamente común a todos los territorios, que ya no son diferenciados según propiedades específicas. Así, se conjeturó que las islas menos desarrolladas turísticamente eran *a priori* las peor posicionadas para ajustarse a los objetivos de competitividad, crecimiento y empleo. De esta manera, el objetivo de competitividad introdujo subrepticiamente una especie de alisamiento, incluso de igualación simbólica de los diferentes espacios insulares a través del turismo. Esto reveló que los poderes públicos percibieron que los objetivos de competitividad y crecimiento eran los más adecuados a las características de los territorios más dinámicos, con el consiguiente alejamiento respecto de la lógica de cohesión u ordenamiento territorial.

En dicha Disposición Adicional Primera se mandató al Gobierno para que presentara al Parlamento en el plazo de dos meses a partir de su entrada en vigor un proyecto de ley que regulara las excepciones y contenidos legales que permiten instaurar en estas islas un modelo de desarrollo turístico específico. Como señala Martín (2021), el Cabildo Insular de La Palma se mostró ilusionado por este contenido y especialmente celebró el anuncio de un proyecto de ley específico sobre su ordenación turística que le permitía no sólo eludir la moratoria, sino obtener una de sus históricas reivindicaciones: que el diseño y tratamiento insular del turismo fuera realizado por las autoridades insulares. Esta postura era coherente con el ideario *insularista* inherente al partido político nacionalista del vicepresidente del Gobierno y que había sido el detonante de la vía impositiva de la norma de la moratoria turística (Simancas 2015). Esta idea fue recogida en el documento denominado *Compromiso por el desarrollo sostenible de Canarias* elaborado con anterioridad a la promulgación de Decreto 4/2001: «dentro del proceso de avance hacia un desarrollo sostenible, cada isla debía tener un trato diferenciado, en función de su estructura social y económica y de sus características específicas. Las políticas autonómicas tienen que ser desarrolladas a nivel insular mediante los instrumentos de ordenación correspondientes». Si bien resultó coherente con el importante volumen de potestades y facultades de intervención que los cabildos habían ido adquiriendo progresivamente en materia de planificación territorial y planeamiento urbanístico, suponía una renuncia a la visión de conjunto de la planificación del crecimiento turístico

para el archipiélago —y, por ende, a la escala regional—, optando por el más puro *insularismo*.

El resultado fue la Ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma, conocida coloquialmente como la «Ley de las Islas Verdes». Se trató de una ley especial que introdujo una regulación específica territorial y urbanística del turismo dentro de la regulación general autonómica. Los principios que inspiraron tal singularidad para las islas verdes fueron recogidos en la exposición de motivos de la Ley 6/2002, de 12 de junio, que reivindicaba para tales islas, entre otros objetivos, el «permitir un modelo turístico alternativo al de la urbanización turística de litoral, que se sustente en la puesta en valor del paisaje como recurso y de respuesta a las demandas que con relación a estos modelos plantea el mercado» y «establecer los mecanismos suficientes para el traslado al mundo rural de parte de las economías que se generan por la actividad turística, en la cuantía necesaria para el mantenimiento, conservación y mejora del paisaje».

La Ley 6/2002 surgió con una vocación de excepcionalidad y transitoriedad, acompañada de mecanismos de ordenación e intervención. Para ello, se instauró un régimen especial para excluirlas de la moratoria turística aplicada en las islas consolidadas turísticamente, habilitarlas para formular un modelo de desarrollo propio y establecer previsiones concretas de desarrollo, determinando la localización y la categorización de la oferta alojativa. Así, contuvo una serie de especificaciones y excepciones respecto al régimen común fijado por el entonces vigente Decreto-Legislativo 1/2000, de 8 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias (TRLOTENC en lo sucesivo). La Ley 6/2002 se configuró como una referencia normativa para las posteriores regulaciones, esto es, para la Ley 19/2003, por la que se aprobaron las Directrices de Ordenación General y del Turismo de Canarias, la 6/2009, de medidas urgentes en materia de ordenación territorial para la dinamización sectorial y la ordenación del turismo, y la 2/2013, de renovación y modernización turística de Canarias.

2.1.2. La consideración de un instrumento específico de ordenación territorial del turismo de las islas verdes

Como planteamos con anterioridad, la Ley 6/2001 estableció la necesidad de establecer un régimen específico de autorregulación transitoria del sector turístico, mediante instrumentos de planeamiento territorial específicos, de tramitación rápida y eficacia inmediatas, que le permitan a cada isla definir y desarrollar un modelo transitorio propio. Para ello, los cabildos insulares podrían formular y tramitar un Plan Territorial Especial, de ámbito insular, con normas de aplicación directa, normas directivas y recomendaciones, y que tendrá por objeto establecer previsiones específicas de desarrollo turístico, determinando la localización y categorización de la oferta alojativa, previsiones que deberán justificarse debidamente en relación con las características económicas, sociales y territoriales de cada isla. La Ley 6/2002 estableció el sometimiento de la ordenación territorial del turismo a un Plan Territorial Especial de Ordenación Turística (PTEOT en adelante), retomando lo establecido al respecto en la Disposición Adicional Primera de la Ley 6/2001. Como se puede apreciar, estos planes territoriales especiales se asemejan a los Planes de la Oferta Turística de Mallorca y de Ibiza-Formentera (POOT).

Se trató de una categoría excepcional de planes de desarrollo, claramente diferenciados no sólo por su funcionalidad –la ordenación de elementos o actividades singulares y específicos de un ámbito territorial determinado–, capacidad y situación jerárquica, sino también por los procedimientos de aprobación (García 2011) y la singularidad de su objeto y, por tanto, por su no generalidad (Fajardo 2006). De esta manera, la ordenación territorial del turismo de cada espacio insular quedó sometida a un instrumento de planificación territorial específico, no sólo porque ésta es la escala geográfica de referencia, sino también porque su formulación y tramitación le corresponde a los cabildos insulares, incluida la aprobación inicial, el sometimiento a información pública (un mes), previo trámite de consulta a los ayuntamientos y la aprobación provisional, relegando la competencia de su aprobación definitiva al Consejo de Gobierno de Canarias, previo informe de la entonces Comisión de Ordenación del Territorio y Medio Ambiente de Canarias (COTMAC).

En coherencia con lo previsto en el artículo 23 del TRLOTENC respecto a los Planes Territoriales Especiales, los PTEOT se proyectaron con un enorme potencial, al menos, en el plano teórico, al plantearse como el primer intento

(ejercicio) de ordenación territorial supramunicipal de cada espacio insular desde la perspectiva turística. Para ello, en lugar de pretender ser una regulación sectorial, como su nombre indica, en las zonas que han delimitado, estos se proyectaron a escala insular; de esta manera, la consideración de estos planes rompe con el carácter unitario, jerárquico y sistémico previsto en el TRLOTENC. Así, cada PTEOT debía contemplar un conjunto de previsiones específicas de desarrollo turístico en sus respectivas islas, definiendo la localización y categorización de la oferta de alojamiento turístico, así como identificando y delimitando áreas aptas para el uso turístico. Estas se justificaron debidamente en relación con las características económicas, sociales y territoriales de cada «isla verde», y, sobre todo, la necesidad de adecuar el desarrollo territorial del turismo a las mismas. En este sentido, la patronal (CEPYME-La Palma) y el Centro de Iniciativas Turísticas (CIT-La Palma) instaron al Cabildo de La Palma a que de manera urgente formulara el referido Plan Territorial Especial, para así retomar «los proyectos de carácter turístico paralizados» (Martín 2021). Se trató de un grupo de empresarios que, en su mayoría, se encontraban posicionados en el mercado turístico –con la consiguiente información asimétrica– y que influyeron decisivamente, de modo que se dio un proceso de «captura del regulador» y una redefinición interesada del modelo turístico.

Desde este punto de vista, lo que, en la práctica, se persiguió con estos instrumentos de planificación territorial se vinculó con tres objetivos básicos.

El primero se refiere a lograr una mayor permisividad de la actividad turística en suelo rústico, incluso admitiéndose nueva edificación (artículo 7 de la Ley 6/2002) desde su consideración como un uso complementario de la actividad agrícola. Así, se plantea la posibilidad de establecer los mecanismos suficientes para extender la capacidad de dinamización y revitalización económica y social a los espacios rurales, de manera complementaria a las rentas del sector agrario y al mantenimiento de un paisaje, lo cual hasta ese momento constituía una prohibición expresa en la legislación territorial general. A este respecto, resulta clarificador lo planteado al respecto en el artículo 2.b de la Ley 6/2002: «La incorporación del suelo rústico al desarrollo económico y social, mediante su utilización como soporte de la actividad turística». Desde este punto de vista, el paisaje se concibió como el recurso fundamental de la actividad turística, a la vez que esta debía contribuir de manera decisiva al mantenimiento y mejora de su calidad ambiental. Esta supuso la principal especialidad que presentó la Ley 6/2002, al ordenar la

actividad turística desde la ordenación de suelo rústico. Para ello, la ordenación territorial del turismo debía favorecer la implantación en suelo rústico de proyectos alojativos en forma de unidades aisladas de explotación turística integradas en el medio y vinculadas a fincas agrícolas en explotación (artículo 8 de la Ley 6/2002).

Sobre esta decisión consideramos decisivo el hecho de que los cabildos insulares ostentasen la competencia de resolver el otorgamiento de las calificaciones territoriales. Como es sabido, se trata de un instrumento de planeamiento urbanístico contemplado en el *TRLOTENC* para «legitimar», con carácter previo y naturaleza vinculante, los usos, actividades y construcciones de toda índole que se pretendan llevar a cabo en suelo rústico, de conformidad con las determinaciones establecidas para esta clase de suelo en el correspondiente plan general de ordenación, esto es, aquéllas no previstas en el planeamiento y que precisan la aprobación del correspondiente Proyecto de Actuación Territorial por la *COTMAC*, previa declaración de interés regional por el Consejo de Gobierno de la comunidad autónoma. De esta manera, aunque no suponen autorizaciones de intervención en el suelo, facultad propia de la correspondiente licencia municipal, esta determinación permitió que los cabildos de La Palma, La Gomera y El Hierro asumieran el «control» cuasi total de las actuaciones de carácter turístico susceptibles de desarrollarse en suelo rústico, en la medida en que las licencias urbanísticas municipales no pueden otorgarse válidamente por los ayuntamientos sin que antes se apruebe la correspondiente calificación territorial. Por su parte, para la implantación de establecimientos turísticos de alojamiento en suelo rústico no clasificado de protección natural, que por su naturaleza sean incompatibles con el suelo urbano y urbanizable y siempre que no esté específicamente prohibida por el planeamiento urbanístico, se debe cumplir con la obligatoriedad legal de formular un Proyecto de Actuación Territorial por parte de la comunidad autónoma.

Como se puede apreciar, la construcción de establecimientos turísticos de pequeña y mediana dimensión constituye el principio básico propugnado en la Ley 6/2002, que fija su instalación preferentemente en los asentamientos y en el suelo rústico de protección agraria. Para ello se impusieron unas características mínimas que debían cumplir los alojamientos proyectados (tabla 1). Asimismo, se determinó su adecuación a la categoría de los suelos rústicos donde se van a emplazar, y son los categorizados como «asentamientos rurales» y «agrícolas» los de una mayor predisposición, dado que son los que reconocen una previa situación edificatoria. No obstante, también

podrán desarrollarse en suelo rústico de protección agraria y forestal, y de protección territorial, en compatibilidad con los valores en presencia. En las mismas condiciones, y con carácter excepcional, se podrán localizar en suelos de protección paisajística y protección cultural, cuando tengan por objeto el reconocimiento de estos valores y se establezcan las condiciones suficientes de compatibilidad.

Así, el objetivo de la Ley 6/2002, garantizar la menor transformación territorial y afección ambiental y paisajística, a través de evitar la dispersión territorial de los establecimientos turísticos, el incremento innecesario de las infraestructuras y servicios públicos en el medio rural, así como la construcción de los de grandes dimensiones. Sin embargo, de la experiencia acumulada se deduce que la aplicación literal de la norma ha imposibilitado la construcción de establecimientos turísticos de pequeña y mediana dimensión, preferentemente en los asentamientos y en el suelo rústico de protección agraria, debido a las desproporcionadas superficies mínimas por cada plaza turística requeridas, imposibles de cumplir, en la práctica, por las explotaciones agrarias.

El segundo objetivo de estos PTEOT fue sustituir temporalmente los Planes Insulares de Ordenación, previsto en la Ley 1/1987, en tanto que no se aprobasen definitivamente y, en todo caso, por un plazo máximo de dos años contados desde su aprobación. Se trató de una determinación lógica, en cuanto los PIO de La Palma y La Gomera aún no se habían aprobado. Así, en la medida en que esta circunstancia no sucedió hasta 2011, ambos PTOT se convirtieron en los instrumentos de planificación territorial de ambos ámbitos insulares hasta ese momento.

Tabla 1. Características mínimas que deben cumplir los alojamientos proyectados en virtud de la Ley 06/2002

Establecimiento turístico de alojamiento	Capacidad alojativa máxima (en plazas)	Modalidad hotelera	Requisito**	Superficie de la unidad apta para la edificación					
				En los asentamientos rurales	En los asentamientos agrícolas	En las restantes categorías de suelo rústico			
De pequeña dimensión	40	Establecimientos de turismo rural*	Calificación Territorial	A	B	A	B		
				60	500	180	2.000	***	10.000
				A = Superficie mínima por cada plaza alojativa (en metros cuadrados) B = Superficie mínima					
De dimensión media	41-200	Establecimientos de categoría mínima de tres estrellas o tres llaves	Proyecto de Actuación Territorial	* Si bien ambos quedan plenamente sometidos a las exigencias de la normativa sectorial específica de los establecimientos de turismo rural, a los segundos se les dispensa de los requisitos de antigüedad de la edificación y limitación de la superficie construida de obra nueva, por ello se posibilita su instalación incluso en edificios de nueva construcción.					
				** Excepto los ubicados en asentamientos con ordenación pormenorizada. *** Será la resultante de multiplicar por cinco el número de plazas alojativas elevado al cuadrado (5 × P2), excepto para actuaciones hasta diez plazas alojativas, que podrá tener un mínimo de 5.000 metros cuadrados.					

Fuente: Ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma. Elaboración propia.

Estos tres PTEOT establecieron un techo alojativo que se correspondió al 20 % de la población residente para un horizonte temporal (tabla 2). A este respecto, destacamos dos cuestiones: por un lado, a excepción de La Gomera, el reducido porcentaje de plazas alojativas turísticas destinadas a turismo rural en comparación con las hoteleras; y por otro, la permisibilidad respecto al crecimiento de la oferta de alojamiento turístico, donde son del 44,5 %, 35,7 % y 25,2 % para La Gomera, El Hierro y La Palma, respectivamente. Este techo rebajó las previsiones de crecimiento de la capacidad alojativa de El Hierro, La Palma y La Gomera en un 71,4 %, 37,7 % y 17 %, respectivamente. Según datos de Turidata, en 2013 tan sólo se había alcanzado el 43,2 %, 41,3 % y 28,9 % del umbral máximo establecido para La Palma, La Gomera y El Hierro, respectivamente. A pesar de ello, la tasa de crecimiento del número de plazas alojativas entre 2000 y 2009 en La Gomera, El Hierro y La Palma fue de del 9,6 %, 21,7 % y 41 %, respectivamente.

El tercer objetivo de los PTEOT fue la urgencia de disponer a corto plazo de una ordenación territorial del turismo suficiente para la aplicación inmediata a escala insular de las Directrices cuando éstas se aprobasen; de este modo, estos planes adquirieron un carácter subsidiario y transitorio. A pesar de ello, esta decisión resultó algo incongruente, en cuanto lo más lógico hubiera sido que estos Planes Territoriales Especiales sólo pueden implementarse una vez aprobada la norma legal que les da cobertura, sobre todo, por razones de jerarquía normativa. Esta situación también caracterizó los Planes de Ordenación de la Oferta Turística de las Islas Baleares.

Para lograr esta presteza se estableció que su tramitación fuera abreviada y breve, con el fin de lograr su urgente entrada en vigor. Para ello quedaron eximidos legalmente del avance de planeamiento, procedimiento preceptivo para cualquier plan territorial de ordenación, con el fin de plantear y evaluar las alternativas de ordenación en relación con un determinado modelo territorial; esta decisión se sustentó en el hecho de que éstas no existían, en cuanto el modelo territorial debía ser el establecido previamente por el PIO, siendo sólo susceptible de adaptación a las nuevas disposiciones impuestas por la ley. Tampoco estos planes territoriales especiales debían someterse a información pública hasta su aprobación inicial. A nuestro juicio, ambas decisiones constituyen una debilidad, en cuanto elimina los procedimientos que contribuyen a incorporar las opiniones y sugerencias de los actores.

Tabla 2. Previsiones de crecimiento de la oferta de alojamiento turístico contenidas en los Planes Territoriales Especiales de Ordenación Turísticas de La Gomera, El Hierro y La Palma

Isla	A	Horizonte temporal	Límite máximo de nuevas plazas alojativas turísticas	Distribución modal de las plazas alojativas turísticas (%)			Techo de la oferta turística alojativa total*	B
				Hotelera	Extrahotelera	Turismo rural		
El Hierro	1.005	2012	2.250	71,1	-	28,9	4.400	1.273
La Gomera	4.995	2015	8.688	40,3	-	59,7	15.061	6.221
La Palma	7.996	2020	11.366	38	31	28	25.500	11.010

A = Número total de plazas alojativas turísticas regladas en 2002 según Turidata

B = Número total de plazas alojativas turísticas regladas en 2013 según Turidata

* Incluye las plazas alojativas turísticas existentes en el momento de aprobación del correspondiente Plan Territorial Especial

Fuente: PTEOT de La Palma, La Gomera y El Hierro. Elaboración propia

A pesar de ello, la aprobación definitiva de los PTEOT de El Hierro y de La Palma se dilató hasta 2007 (tabla 3). El retraso del primero se relacionó con el hecho de que su PIO, aprobado de forma parcial en virtud del Decreto 82/2002, de 17 de junio, incorporó, con las correcciones introducidas por la COTMAC, un nivel suficiente de determinaciones en materia turística como para sustituir las medidas cautelares contenidas en la Ley 6/2001; no obstante, este PIO no se adaptó al TRLOTENC, a las Directrices de Ordenación General y las de Ordenación del Turismo, aprobadas por la Ley 19/2003, a la vez que, a pesar de dicha aprobación parcial, su aprobación definitiva por la COTMAC no fue informada favorablemente hasta febrero de 2003 y aprobado por el gobierno autonómico hasta julio de 2008.

Por su parte, la demora del PTEOT de La Palma en su tramitación (de agosto de 2001 a junio de 2003) se debió a la intención de aprovechar al máximo las oportunidades de la Ley 6/2002 y, sobre todo, la inclusión en el proceso de ordenación territorial del turismo no sólo al modelo específico de establecimientos de turismo rural de nueva creación, sino también al convencional de urbanizaciones turísticas-residenciales «de sol y playa» (García 2011).

El Decreto 95/2007, de 8 de mayo, que aprobó definitivamente el PTEOT, aunque de forma parcial, ya que la aprobación de determinadas actuaciones quedó suspendida hasta la subsanación de las deficiencias advertidas. Mediante acuerdo del Pleno del Cabildo Insular de La Palma adoptado en sesión celebrada con fecha 14 de septiembre de 2007, tras el período de información pública, se remitió un nuevo documento, en el que subsanaron tales deficiencias. La COTMAC, en sesión celebrada el 3 de abril de 2008, informó favorablemente el levantamiento de la suspensión de determinados ámbitos de ordenación del mismo. En la medida en que la competencia para la aprobación definitiva de los PTEOT de las islas verdes estaba atribuida al Consejo de Gobierno por la Disposición Adicional Primera.2 de la Ley 6/2001, por remisión de la Disposición Adicional Primera de la Ley 6/2002, éste decidió a propuesta del Consejero de Medio Ambiente y Ordenación Territorial y previa deliberación del Gobierno en sesión celebrada el día 27 de mayo de 2008 aprobar la ordenación contenida en los ámbitos suspendidos. De esta manera, una parte de las determinaciones pendientes de aprobación se hizo por Decreto 123/2008 y el resto mediante Decreto 120/2010. Esto generó dos impugnaciones ante el TSJC: mientras el primer recurso contencioso-administrativo contra el Decreto del Gobierno de Canarias, fue presentado el 2 de julio de 2007 por la Asamblea Ecologista de La Palma y la Asociación Tinerfeña Amigos de la Naturaleza (ATAN), y fue desestimado por el TSJC el 20 de junio de 2009, el segundo fue interpuesto conjuntamente por Ben Magec-Ecologistas en Acción

y las asociaciones palmeras Asamblea Ecologista de la Palma y La Centinela, quedó visto para sentencia el 24 de marzo de 2010; en ambos casos, el TSJC los desestimó. Sin embargo, el Decreto 123/2008 fue objeto de Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Canarias en abril de 2013, pero fue anulado por Sentencia 18/05/2015 del Tribunal Supremo de 18 de mayo de 2015, por falta de evaluación ambiental estratégica. Ello dejó sin cobertura de planeamiento las 19 actuaciones que habían sido objeto de aprobación definitiva por dicho Plan.

2.2. La segunda etapa del proceso de territorialización (2016-actualidad): la necesidad de adaptar la normativa a los cambios sociales y económicos postcrisis urbanística de 2008

El Cabildo Insular de La Palma presentó una proposición de ley, argumentada en el escaso desarrollo del sistema normativo específico, con singularidades y excepciones al régimen general, susceptible de incorporar nuevas particularidades para la consecución de los objetivos previsto en la Ley 6/2002, así como la no menos escasa implantación de la actividad turística –y el modelo turístico perseguido–, que seguía siendo incipiente y secundaria, insuficiente aún para inducir al crecimiento socioeconómico. Asimismo, se planteó que la coyuntura socioeconómica de las islas verdes postcrisis urbanística de 2008 requería la previsión de acciones de carácter extraordinario directamente dirigidas al desbloqueo de la inversión estratégica turística insular, como mínimo, ya planificada. Así, en coherencia con el fin último de la Ley 14/2014, de Armonización y Simplificación en materia de Protección del Territorio y de los Recursos Naturales, se consideró necesario incidir nuevamente sobre la arquitectura del sistema territorial, con el fin de eliminar rigideces innecesarias y clarificar las competencias que corresponden a los tres niveles administrativos –Gobierno de Canarias, cabildos y ayuntamientos–, dotar a las corporaciones insulares de un instrumento de coordinación con los municipios para autorizar a los distintos operadores actuar en plazos razonables y previsibles, generando la confianza de los agentes económicos, y facilitando el desarrollo y la implantación de las actuaciones que permitieran acometer la ordenada y sostenible actividad turística, que además contribuirá a dinamizar a otros sectores, asegurar un desarrollo económico sostenible y contribuir al sostenimiento del sector agrario y la protección y revalorización del paisaje.

Tabla 3. Proceso de tramitación y aprobación de los Planes Territoriales Especiales de Ordenación Turística de las «islas verdes» previstos en la Ley 6/2002

	Aprobación inicial [Fecha de la sesión del Pleno del Cabildo Insular]	Información pública	Aprobación provisional [Fecha de la sesión del Pleno del Cabildo Insular]	Fecha de la sesión de la COTMAC en la que se emitió el preceptivo informe favorable	Aprobación definitiva
Plan Territorial Especial de Desarrollo Turístico de la isla de La Gomera	18 de junio de 2002	4 de julio de 2002 al 4 de septiembre de 2002	20 de diciembre de 2002 24 de marzo de 2003 ¹	2 de abril de 2003	Decreto 56/2003, de 30 de abril
Plan Territorial Especial de Ordenación Turística Insular de la isla de El Hierro	5 de julio de 2004	27 de agosto al 28 de septiembre de 2004, ampliado hasta el 29 de octubre de 2004 Anuncios de 18 de agosto de 2004 y de 27 de septiembre de 2004	20 de julio de 2006	10 de octubre de 2005	Decreto 193/2006, de 26 de diciembre de 2006 Orden de 15 de mayo de 2007

Aprobación inicial [Fecha de la sesión del Pleno del Cabildo Insular]	Información pública	Aprobación provisional [Fecha de la sesión del Pleno del Cabildo Insular]	Fecha de la sesión de la COTMAC en la que se emitió el preceptivo informe favorable	Aprobación definitiva
Plan Territorial Especial de Ordenación de la Actividad Turística de la isla de La Palma	9 de julio al 9 de agosto de 2004. Ampliación hasta el día 9 de septiembre de 2004 Anuncios de 28 de junio de 2004 y de 6 de agosto de 2004	13 de mayo de 2005	22 de junio de 2006 3 de abril de 2008 ²	Decreto 95/2007, de 8 de mayo ³ Decreto 123/2008, de 27 de mayo

¹ Acuerdo plenario de 24 de marzo de 2003, por el que se subsanan las deficiencias detectadas durante la tramitación, puestas de manifiesto en la Ponencia Técnica de la COTMAC celebrada el día 21 de marzo de 2003.

² Sesión de la COTMAC en la que se informó favorablemente el levantamiento de la suspensión de determinados ámbitos de ordenación.

³ Se trata de la fecha de celebración del pleno extraordinario del Cabildo Insular de El Hierro tras la subsanación de varias correcciones efectuadas en el texto, cumpliendo, así, con el acuerdo adoptado por la COTMAC en la fecha 10 de octubre de 2005.

Fuente: *Boletín Oficial de Canarias*. Elaboración propia.

Los anteriores planteamientos justificaron la aprobación de la Ley 2/2016, que modificó la Ley 6/2002. Los cambios más importantes fueron los siguientes:

- a) Se suprimió la previsión de distancias mínimas entre establecimientos alojativos turísticos, planteadas en la anterior norma con el fin de garantizar el carácter aislado de los mismos se suprimió.
- b) Las tipologías turísticas correspondientes a hotel rural y casa rural se permitieron en cualquier categoría de suelo rústico.
- c) Las superficies mínimas de la unidad apta para la edificación turística se redujeron. Constituyó un intento de corrección de las distorsiones producidas entre la superficie mínima exigida de la unidad apta para la edificación, para la introducción de un determinado establecimiento turístico y la estructura y las características de las propiedades existentes en los espacios rurales.
- d) Las actuaciones definidas y descritas como «actuaciones específicas previstas», «actuaciones convencionales propuestas» o «actuaciones estratégicas singulares» en las fichas contenidas en el Anexo B de la Normativa del PTEOT de La Palma, publicadas en el Boletín Oficial de Canarias, de 10 de mayo de 2007, así como el Sistema Territorial de Equipamiento Turístico, se declararon «de interés insular». En total eran 25 actuaciones urbanísticas, entre ellas once iniciativas aprobadas por el Cabildo de la Palma a través del PTEOT.

El objetivo de esta última determinación fue introducir en el sistema de ordenación turística de estas islas un nuevo instrumento de «planificación singular turística». Se trata de una figura de carácter singular y especialidad turística, dirigida a dar una respuesta ágil directamente legitimada a la implantación territorial de alojamientos turísticos, sistemas generales, dotaciones y equipamientos insulares estructurantes turísticos y de trascendencia insular o supralocal, en la medida en que dicha declaración permite la ejecución de proyectos sobreponiéndose a los instrumentos de planificación territorial (escala insular) y de planteamiento urbanístico, se pueden desarrollar en cualquier clase y categoría de suelo, y si se desarrollan en suelo rústico están exceptuados de cumplir las condiciones establecidas por el artículo 8 de la propia Ley 6/2002 para las actuaciones turísticas en esta clase de suelo (disposición adicional tercera). Tal supremacía habilita a los cabildos insulares y, en su caso, al Gobierno de Canarias a prescindir de la

calificación del suelo y de las determinaciones vinculantes de la normativa municipal sin causa concreta que lo justificase. Asimismo, los proyectos singulares (instrumentos de planificación singular turística), para cualquier clase y categoría de suelo, se sitúan por encima de la propia Ley 6/2002 y el TRLOTENC.

Esta determinación resultó de una disposición incluida durante la tramitación parlamentaria de la Ley 2/2016 a través de una enmienda presentada por los entonces socios de gobierno (Coalición Canaria y PSOE). Esta decisión indujo a que más de cincuenta diputados del Grupo Parlamentario Unidos Podemos-En Comú Podem-En Marea en el Congreso de los Diputados interpusieran el Recurso de inconstitucionalidad 6711/2016 contra los artículos 3 y 4 y disposiciones adicionales primera, segunda y tercera de la Ley 2/2016. Su principal argumento fue que el fin último de esta norma era desbloquear los once proyectos suspendidos por la Sentencia 18/05/2015, exonerándoles sin ninguna justificación del trámite de solicitar la declaración de interés insular. Asimismo, los recurrentes consideraron que por vía de las disposiciones adicionales se otorgaba la herramienta de desactivación del sistema general de garantía y protección ambiental.

La Sentencia 42/2018, de 26 de abril de 2018, del Tribunal Constitucional declaró la inconstitucionalidad y nulidad de la disposición adicional segunda de la Ley 2/2016. La respuesta fue la presentación de una proposición de ley de los grupos Nacionalista Canario y Mixto, que dio lugar a la Ley 14/2019, de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma. Las principales novedades respecto a las normativas anteriores son las siguientes.

En primer lugar, la ordenación de la actividad turística en suelo rústico, que constituye la especial singularidad del modelo territorial propio de las islas verdes, afronta la regulación de los establecimientos turísticos de alojamiento en suelo rústico, operando una clasificación en atención a su régimen jurídico de ordenación territorial. Así, se permiten los establecimientos de pequeña dimensión, en la tipología de turismo rural, introduciéndose, como novedad, la exigencia de un mínimo de quince años de antigüedad para la edificación y la no realización de actuaciones constructivas más allá de lo permitido para edificaciones en situación de consolidación o fuera de ordenación. También se permiten los establecimientos de mediana dimensión (41-200 plazas) de cualquier modalidad, tipología y categoría alojativa, así como los de pequeña dimensión en los que no concurra alguno de los requisitos del grupo anterior, ubicados en suelos rústicos común, agrícola y

de protección paisajística, admitiéndose igualmente en los suelos de asentamiento, sujetos a la ordenación urbanística del planeamiento municipal. Asimismo, el uso turístico en suelo rústico se clasifica como ordinario o no ordinario, en función del régimen de intervención previsto en la Ley 4/2017; en este sentido, el primer concepto se aplica a los citados establecimientos de pequeña o mediana dimensión. Para ello, los planes insulares —o planes territoriales— han de contener las zonas aptas para el desarrollo turístico en suelo rústico y las condiciones de implantación.

En segundo lugar, para los establecimientos de pequeña y mediana dimensión se obliga a que los terrenos correspondientes a la unidad apta para la edificación turística deban ser puestos en explotación agrícola. Tal medida se incardina directamente con los objetivos de regeneración de suelos degradados y de recuperación de las explotaciones agrarias en las zonas de las medianías de las islas verdes, que han sufrido en las últimas décadas un proceso continuado de abandono y posterior colonización vegetal, degradación ambiental y paisajística.

En tercer lugar, se consideran las ordenanzas provisionales insulares introducidas con carácter general en la Ley 4/2017. Se plantean como instrumentos tanto en su función de complemento como de sustitución temporal de las determinaciones sobre condiciones de implantación en suelo rústico de los planes insulares. De esta manera estas ordenanzas podrán establecer tales condiciones, pero no zonificar, competencia que corresponde a los planes insulares de ordenación; se aprecia, de nuevo, el protagonismo y «poder» que desde la Ley 1/1987, reguladora de los Planes Insulares de Ordenación, se ha otorgado en Canarias a los instrumentos de planificación territorial para el uso turístico, al considerarse un valor estratégico de interés supramunicipal.

3. CONCLUSIONES

Si bien las políticas, estrategias e instrumentos de ordenación territorial del turismo tienen una escala global, su implementación y monitoreo debe hacerse desde abajo hacia arriba (*bottom-up*), de manera alineada con las prioridades y oportunidades territoriales endógenas. Ello implica un proceso de reconocimiento y adaptación a las singularidades y especificidades de cada destino, con el fin de proceder a la territorialización de las estrategias

de ordenación. Esto hace que su diseño e implementación no sólo requiera de un ejercicio de contextualización de las mismas de acuerdo con los procesos que determinan su génesis, sino también la construcción de un esquema territorial que modelice y simplifique su diversidad territorial intrínseca. Esto determina que el análisis territorial y, por tanto, la comprensión de los elementos y procesos que se dan en un ámbito territorial sea una cuestión clave.

Lo anterior supone un proceso de apropiación de la gestión del turismo desde lo público. Así, aunque la actividad turística se sustenta fundamentalmente en el sector privado, constituye uno de los campos de negocio en el que el empresariado no sólo es partidario del intervencionismo público, sino que, incluso, lo exige en momentos puntuales y contracíclicos. Así, no existe alternativa; el debate radica en definir los límites e intensidades de esa intervención (Merinero Rodríguez y Pulido Fernández 2009). Por ello, el sector público desempeña un papel relevante, en la medida en que, en su correspondiente ámbito competencial, constituye el protagonista determinante, aunque no exclusivo y, en la mayoría de las ocasiones, en colaboración con los actores privados, en la formulación, aprobación y, sobre todo, implementación de las políticas turísticas. Estas comprenden el conjunto de actividades, decisiones y procesos que, posicionadas en la parte superior de la cadena de toma de decisiones (Velasco 2011, Fayos-Solá y Álvarez 2014, Hall 2005, Dente y Subirats Humet, 2014) deben intervenir expresamente en la actividad turística, con la consiguiente modificación de su dinámica.

Desde este punto de vista, el modelo de desarrollo turístico en las islas verdes no solo constituye un sistema normativo específico, consolidado e indefinido, con singularidades y excepciones al régimen general. También ha supuesto un proceso de territorialización dirigido a instalar un espacio de representación política en cada espacio insular en materia de actividad turística y de organización de la acción pública. Esto contribuye al mantenimiento simbólico de un contexto territorial, y aplica a la economía una aprehensión espacial calcada de los contornos de un territorio político y administrativo en el que se constituyen los intereses, las posiciones y los capitales políticos de las autoridades involucradas. Desde esta perspectiva, dicho modelo ha supuesto la *insularización* de las decisiones y de acercamiento del poder en materia de ordenación turística.

Esta perspectiva del proceso de territorialización de las decisiones públicas turísticas la convierte en un espacio de liderazgo político, en cuanto su formulación, aprobación e implementación se enmarca en un proyecto o

entorno político. Esto las convierte en un fenómeno político (Velasco 2016), al resultar de un proceso político, que refleja la decisión, ideología y voluntad política del correspondiente gobierno. En estos casos, los actores decisivos (legislativos y/o ejecutivos) hacen uso de sus roles legítimos y democráticos de poder y de su ámbito competencial de influencia, llegando, incluso, a imponer sus principios, valores, intereses y puntos de vista.

REFERENCIAS

- Dente, Bruno y Joan Subirats Humet. 2014. *Decisiones Públicas. Análisis y estudio de los procesos de decisión en políticas públicas*. Barcelona: Ariel.
- Fajardo Spínola, Luís. 2006. *Sistema de planeamiento en Canarias*. Madrid: Montecorvo.
- Fayos Solà, Eduardo y María Álvarez. 2014. «Tourism Policy and Governance for Development». En *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study*, ed. Eduardo Fayos, María Álvarez y Chris Cooper. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Freeman, Edward. 1984. *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- García Cruz, Juan Israel. 2014. *El impacto territorial del tercer boom turístico de Canarias*. Tesis Doctoral. Universidad de La Laguna.
- García Márquez, Faustino. 2011. «Los planes territoriales especiales de ordenación turística insular: el caso de Lanzarote». En *Estudios sobre planeamiento territorial y urbanístico*, coord. Juan José Santana Rodríguez. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Guerra Guerra, Juan. 2020. «Turismo de paisaje, desarrollo sostenible y ordenación del territorio en la isla de La Palma (Islas Canarias)». *Espacio Tiempo y Forma. Serie VI, Geografía* 13: 135-168.
- Hall, Michael. 2005. «The role of government in the management of tourism: the public sector and tourism policies». En *The Management of Tourism*, Lesley Pender y Richard Sharpley. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hernández Martín, Raúl. 2010. «Turismo y desarrollo en Canarias». En *Destinos turísticos maduros ante el cambio: reflexiones desde Canarias*, ed. Raúl Hernández y Agustín Santana. San Cristóbal de La Laguna: Instituto de Ciencias Políticas y Sociales.

- Ivars-Baidal, Josep Antoni, Francisco Javier Solsona-Monzonís y David Giner-Sánchez. 2016. «Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC). El nuevo enfoque de los destinos inteligentes». *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 62(2): 327-346. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.285>.
- Martín Fernández, Carlos. 2021. «El desarrollo turístico en las islas verdes de Canarias: el caso de la isla de La Palma (2000-2019)». *Cuadernos de Turismo* 47:303-328. <https://doi.org/10.6018/turismo.474121>.
- Merinero Rodríguez, Rafael y Juan Ignacio Pulido Fernández. 2009. «Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos». *Cuadernos de Turismo* 23: 173-193.
- Pearce, Douglas. 1988. *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica*. México: Trillas.
- Sarmiento Acosta, Manuel Jesús. 2020. «Las normas especiales y ampliatorias de los usos en el suelo rústico por razón del turismo en las “Islas Verdes” de Canarias». *Revista de urbanismo y edificación* 44: 39-66.
- Simancas Cruz, Moisés. 2015. *La moratoria turística de Canarias. La reconversión de un destino maduro desde la Ordenación del Territorio*. San Cristóbal de La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.
- . 2019. «Especulación urbanística y burbuja inmobiliaria en el espacio litoral: factores explicativos del tercer boom turístico de Canarias». *Cuadernos de Turismo* 43: 469-495. <http://dx.doi.org/10.6018/Turismo.00.00>
- Velasco González, María. 2011. «La política turística: una arena de acción autónoma». *Cuadernos de Turismo* 27: 953-969.
- . 2016. «Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 14(3): 577-594.

LOS SISTEMAS DE SUMINISTRO DE AGUA Y LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL LITORAL DE ALICANTE

RUBÉN ALEJANDRO VILLAR-NAVASCUÉS

ANTONIO MANUEL RICO AMORÓS

MARÍA HERNÁNDEZ-HERNÁNDEZ

Universidad de Alicante

Resumen: El desarrollo de la urbanización y de las actividades turísticas en la Comunidad Valenciana desde mediados del siglo xx han producido una intensificación de las demandas de agua que han requerido la conformación de complejos sistemas de suministro, especialmente donde las condiciones climáticas e hidrológicas suponían una limitación para el desarrollo urbano-turístico, como sucede en la provincia de Alicante. La especialización turística de los municipios litorales ha impulsado la conformación de complejos modelos de gobernanza del agua, a través de la creación y desarrollo de sistemas de suministro supralocales, la armonización de los distintos intereses entre los usuarios urbano-turísticos y agrarios y la diversificación de las fuentes de suministro. En este capítulo se caracterizan los sistemas de suministro de agua en alta de los que forman parte los municipios litorales de Alicante, así como los principales usos turísticos del agua y su impacto en el consumo.

Palabras clave: Consumo de agua, turismo, entidades supralocales, gobernanza, litoral mediterráneo español.

Keywords: Water consumption, tourism, supralocal entities, governance, Spanish Mediterranean coastline.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística ha adquirido durante las últimas décadas una importancia de primer orden en la estructura de usos consuntivos del agua en las regiones del litoral mediterráneo español. Denominador común a todas ellas es un contexto climático marcado por la irregularidad pluviométrica y la escasez de recursos hídricos. En el caso valenciano, el abastecimiento de agua potable ha resultado decisivo en la implantación y el desarrollo del poblamiento turístico, en sus diversas modalidades, para atender la demanda generada por la abundante oferta de alojamiento hotelero y de segundas residencias desarrollada en los municipios costeros y prelitorales de la región, con mayor intensidad en el litoral alicantino (Baños Castiñeira, Vera Rebollo y Díez Santo 2010). Con datos referidos al conjunto nacional, el sector turístico aportaba en 2019, antes de la situación de emergencia sanitaria de la covid-19, un 12,4 % del PIB, y batía por séptimo año consecutivo su propio récord histórico en llegadas de turistas (más de 83 millones). Es un sector estratégico para la economía nacional, especialmente para las comunidades autónomas insulares del litoral mediterráneo. Así, según estimaciones de Turisme Comunitat Valenciana, con datos prepanorama referidos al año 2019, la contribución del turismo al PIB regional había crecido significativamente en comparación con el año 2014 (12.754 millones de euros), alcanzando un valor de 17.883 millones de euros, que representaban el 15,5 % del total, si bien considerando efectos directos e indirectos. En términos de empleo, el sector turístico generó en 2019 un volumen de 318.522 puestos de trabajo, que suponían el 15,9 % del total creado en dicho año, con una tendencia positiva del 5,3 % de variación media anual en el intervalo de 2014-2019 (Generalitat Valenciana 2019). La funcionalización turística de la región se ha dejado sentir con mayor intensidad en Alicante, donde se estima que esta actividad puede proporcionar más del 18 % del PIB provincial. En efecto, con datos de demanda referidos al año 2019, esta provincia acaparaba el 65,7 % de las estancias de turistas extranjeros con destino en la Comunidad Valenciana (9,5 millones) y el 69,7 % de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros, con más de 62 millones. En turismo nacional, la oferta de alojamiento hotelera de Alicante generó 8,1 millones de visitas y 41,1 millones de pernoctaciones, que representan el 41,1 % de los turistas y el 46% de las pernoctaciones producidas en la Comunidad Valenciana. Estas cifras no incluyen las pernoctaciones en alojamiento privado (segunda residencia, vivienda alquilada, y de familiares y amigos) que para el conjunto de la región se acercaría a 139 millones de pernoctaciones, destacando de nuevo Alicante que cuenta con el mayor número de

segundas residencias de España, con más de 326.000 viviendas. El municipio de Torrevieja, con 62.585 viviendas, ocuparía el primer lugar de España por capacidad de alojamiento en segundas residencias, por delante de Madrid y Barcelona, y entre los diez primeros también se encuentran Alicante (5.º), Orihuela (7.º), Benidorm (9.º) y Santa Pola (10.º) (INECA 2019).

El sector turístico alicantino, tanto la modalidad de sol y playa, como la turístico-residencial, se ha desarrollado principalmente en los municipios costeros y prelitorales, donde los recursos hídricos son más escasos y la actividad se concentra en los meses estivales, cuando la disponibilidad natural del agua es menor. Esto ha requerido la realización de grandes inversiones en infraestructuras hidráulicas de captación, transporte y regulación, procurando la diversificación de fuentes de suministro para reducir la vulnerabilidad frente a los episodios de sequía y los efectos del cambio climático. La explotación de recursos subterráneos, los trasvases, la desalinización de agua marina y la reutilización de depuradas han sido algunas estrategias que han permitido satisfacer el consumo de agua para usos turísticos (Rico Amorós et al. 2013).

Dada la heterogeneidad de los usuarios que conforman la demanda urbana de agua, y que la información disponible no suele permitir analizar el consumo de agua atribuible a los distintos usos, es necesario recurrir a estudios especializados para evaluar el consumo de agua para usos turísticos. Aunque a nivel global la actividad turística representa menos del 1 % del consumo de agua (Gössling et al. 2012), muy alejado del 70 % de los usos agrarios, la contribución del turismo puede ser mucho mayor a escala nacional. Según la encuesta sobre el suministro y saneamiento del agua en España, elaborada cada dos años por el Instituto Nacional de Estadística, en 2020 los usos turísticos y recreativos ascendieron a 134,9 hm³, que representaban el 4,24 % de la demanda urbana total.¹ Sin embargo, esta cifra, que incluye el consumo de alojamientos turísticos reglados (hoteles, apartamentos, campings...) y actividades recreativas (parques acuáticos, campos de golf...), no representa el total de los usos turísticos del agua, ya que no se incluye el consumo de agua de las viviendas vacacionales o de establecimientos industriales y de servicios directamente asociados con la actividad turística, como lavanderías asociadas a la industria hotelera o los servicios de hostelería. Algunas estimaciones que tienen en cuenta estas actividades y los datos de población estacional vinculada a viviendas vacacionales indican que en España los usos turísticos del

1. Estos datos excluyen a los usuarios que se abastecen directamente por las entidades encargadas del suministro de agua en alta y a los principales usuarios agrarios que forman parte de comunidades de regantes.

agua pueden alcanzar el 12 % del total de los usos urbanos (Gössling et al. 2012). Incluso, esta proporción puede ser mucho mayor a escala regional y local, especialmente en municipios litorales con un gran desarrollo del sector turístico. Por ejemplo, el caso de Benidorm en la provincia de Alicante, que cuenta con más de 40.000 plazas hoteleras, 20.000 plazas en apartamentos turísticos reglados y más de 10.000 plazas en *campings*, además de alrededor de 110.000 plazas en viviendas de uso turístico de distinto tipo (Olcina Cantos, Baños Castiñeira y Rico-Amorós 2016), supone uno de los mayores exponentes del uso de agua para usos turísticos a nivel nacional (Rico-Amorós et al. 2019). Esta ciudad concentra aproximadamente la mitad de la demanda de agua para usos turísticos a nivel regional, y dedica el 64 % de su consumo de agua a actividades turísticas, recreativas y comerciales (Yoon, Saurí Pujol y Rico-Amorós 2018). Durante la pandemia de la covid-19, durante los meses más afectados por las restricciones de movilidad la evolución del consumo de agua permitió comprobar el peso específico del sector turístico y de segunda residencia en distintos destinos del litoral mediterráneo español. En Benidorm, por ejemplo, el suministro se redujo casi un 40 % y en algunos de los municipios más turísticos de las Islas Baleares entre un 25 % y un 58 % (García et al. 2022).

No obstante, tras el fin a las restricciones de desplazamiento coyunturales asociadas a la crisis sanitaria de la covid-19, la actividad turística en el litoral mediterráneo ha vuelto a presentar valores prepandemia, lo que indica una continuidad del desarrollo de la actividad en los entornos litorales. Por ello, la posibilidad de que se cumplan los pronósticos asociados al cambio climático, en lo relativo a una menor disponibilidad de recursos hídricos y mayor duración, frecuencia e intensidad de sequías en la región mediterránea, requiere una adaptación de los municipios y sistemas de suministro de agua litorales (IPCC 2021). El incremento de la vulnerabilidad y los conflictos entre los usuarios del agua en el litoral mediterráneo motiva la necesidad de un conocimiento preciso de los sistemas de suministro, que contemple las fuentes e infraestructuras de agua utilizadas, los actores involucrados en la gestión de cada fase del ciclo hidrosocial, o las medidas de gestión de la demanda implementadas. Este conocimiento puede servir de base para identificar buenas prácticas en relación con la gobernanza urbana del agua, conciliando los intereses entre usuarios, y la gestión de la demanda, con el objetivo de determinar medidas que permitan garantizar la demanda de agua para todos los sectores, incluyendo el turístico. En este capítulo se realizará una caracterización general de los usos turísticos del agua y de los sistemas de suministros presentes en el litoral de

la provincia de Alicante. Para ello se ha analizado la información disponible en los últimos planes hidrológicos de la Demarcación Hidrográfica del Júcar (CHJ 2022) y del Segura (CHS 2022), así como las publicaciones científicas y documentación técnica más relevantes en relación con esta temática.

2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL LITORAL DE ALICANTE Y SU IMPACTO EN EL CONSUMO DE AGUA

Las características climáticas y de uso del agua de la provincia de Alicante, dominadas por la aridez, la recurrencia de las situaciones de sequía y la intensidad de las demandas urbano-turísticas, que crecieron especialmente durante las tres últimas décadas del siglo xx, incentivaron la creación y desarrollo de complejos sistemas de suministro de agua en alta para garantizar el abastecimiento (Baños Castiñeira, Vera Rebollo y Díez Santo 2010). La diversidad de administraciones y actores en estos sistemas encargados de la gestión y la gobernanza multiescalar del agua no impide identificar un claro papel del sector público en el suministro del agua en alta, que incluye todas las fases del ciclo integral del agua desde el proceso de captación del agua hasta su distribución a los depósitos municipales. Este papel del sector público se ha plasmado en la conformación de consorcios o mancomunidades de municipios para la prestación del servicio de suministro en alta en una escala supramunicipal. De esta manera se han consolidado distintos sistemas de suministro que, en el litoral de Alicante, se caracterizan por la diversidad de las fuentes de suministro utilizadas, aunque históricamente se haya dependido de la explotación de los recursos subterráneos. En muchas ocasiones la necesidad de nuevas fuentes de suministro que alimentasen el desarrollo urbano-turístico ha motivado la búsqueda de recursos hídricos exógenos, más allá de los límites municipales y, en ocasiones, provinciales y regionales.

Para caracterizar la especialización turística de los sistemas de suministro en el litoral de Alicante se han consultado los últimos planes hidrológicos aprobados en las demarcaciones hidrográficas del Júcar y el Segura, donde se inserta el litoral de la provincia de Alicante. En él se identifican hasta cuatro sistemas de explotación (figura 1), que guardan cierta relación con los sistemas de suministro, ya que constituyen las unidades básicas a efectos de planificación hidrológica. El desconocimiento de la población flotante, especialmente la vinculada a las viviendas secundarias, supone una limitación para

caracterizar el consumo de agua en áreas turístico-residenciales en los documentos de planificación hidrológica. Por ello, en los planes hidrológicos de las demarcaciones hidrográficas se realizan estimaciones de la población equivalente total en cada sistema de explotación a partir de la suma de la población residente, la población turística alojada en establecimientos reglados (a partir de los índices de ocupación en alojamientos turísticos) y de las estimaciones del número de ocupantes y de días de ocupación de las viviendas secundarias realizados a partir de encuestas. De esta manera se puede realizar un análisis del impacto del turismo en el consumo urbano de agua a partir de las dinámicas demográficas y turísticas disponibles. La mayor intensidad de los usos turísticos del agua se produce en los sistemas de explotación de la Marina Alta, la Marina Baja y Alicante-Segura, ya que se caracterizan por albergar una alta proporción de población estacional vinculada tanto a viviendas secundarias, sobre todo en los municipios del litoral y prelitoral, como a establecimientos turísticos reglados, especialmente en la Marina Baja, por la influencia de la ciudad turística de Benidorm (tabla 1). De hecho, en este sistema de explotación, la población equivalente asociada a establecimientos turísticos reglados y viviendas secundarias supone una tercera parte del total de la población.



Figura 1. Localización de los sistemas de explotación hidrológica del litoral de Alicante. Fuente: Elaboración propia

A partir del cálculo de la población equivalente total por sistema de explotación la planificación hidrológica realiza las estimaciones de las demandas actuales y previsibles para los escenarios tendenciales, pero no tiene en cuenta los distintos valores de consumo de agua que se producen entre usuarios domésticos (tantos permanentes como temporales vinculados a las viviendas secundarias), usuarios turísticos (alojamientos reglados) y otros usuarios urbanos (comerciales, industriales, municipales), como se ha puesto en evidencia en otras investigaciones realizadas en el litoral mediterráneo (Rico 2007; Rico-Amorós, Olcina-Cantos y Saurí Pujol 2009; Villar-Navascués, Hernández-Hernández y Rico-Amorós 2020). En concreto, en áreas turísticas se pueden generar módulos de consumo per cápita hasta tres veces superiores a los de áreas residenciales, asociados tanto a viviendas secundarias (Hof y Schmitt 2011) como a establecimientos reglados como los hoteles, aunque en este caso el nivel de consumo depende de muchos factores (categoría, características técnicas, servicios ofertados) (Gössling et al. 2012). Además, en relación con los usos turísticos del agua, hay que considerar que los modelos turístico-residenciales en Alicante se han conformado en algunos casos, especialmente en el litoral sur, en la comarca de la Vega Baja, vinculados a actividades recreativas como campos de golf, que actúan como reclamo de nuevas promociones vacacionales para complementar y especializar la oferta de la industria turística (Baños Castiñeira, Vera Rebollo y Díez Santo 2010). En este caso, la planificación hidrológica sí que da información acerca de los usos de agua recreativos asociados a los campos de golf, aunque hay que remarcar que en el litoral y prelitoral de Alicante estas demandas son satisfechas con agua residual depurada.

Tabla 1. Características demográficas, turísticas y del uso del agua en los sistemas de explotación del litoral de Alicante

	Marina Alta	Marina Baja	Vinalopó-Alacantí	Alicante-Segura
Población permanente	197.078	180.305	1.018.969	393.511
Población equivalente (viviendas secundarias)	26.090	21.970	52.503	47.040

	Marina Alta	Marina Baja	Vinalopó-Alacantí	Alicante-Segura
Población equivalente (alojamientos turísticos)	21.970	48.456	11.945	4.420 (plazas)
Población total equivalente	245.138	271.993	1.083.417	440.511
Volumen de agua suministrada para usos urbanos (hm ³ /año)	31	20,5	78,58	42,3
Campos de golf (n.º)	2	3	4	8
Consumo de agua golf (hm ³ /año)	1,04	1,83	1,25	3,45

Fuentes: CHJ (2022), CHS (2022). Elaboración propia.

En general, la falta de información en la planificación hidrológica acerca del impacto de los usos turísticos en el consumo de agua requiere recurrir a estudios especializados a nivel local para evaluar su impacto específico. No obstante, el desarrollo y localización de los establecimientos turísticos reglados y las viviendas secundarias en el litoral de la provincia de Alicante permite deducir que, a falta de cifras oficiales, el impacto del turismo en el consumo de agua ha sido un factor primordial para la conformación de los sistemas de suministro de agua en alta (tabla 2).

Tabla 2. Número de viviendas secundarias, establecimientos turísticos reglados y plazas asociadas en la provincia de Alicante

Tipo de alojamiento turístico	Total provincia de Alicante	Alicante interior	Benidorm	Alicante litoral
Viviendas secundarias	326.705	59.210	25.130	242.365
Hoteles	385	67	137	181

Tipo de alojamiento turístico	Total provincia de Alicante	Alicante interior	Benidorm	Alicante litoral
Plazas en hoteles	73.258	4.333	43.139	25.786
Apartamentos	57.377	3.489	8.914	44.974
Plazas en apartamentos	277.653	19.594	33.310	224.749
Campings	51	7	10	34
Plazas en campings	31.796	5.769	11.645	14.382

Fuentes: Censo de Población y Viviendas del INE (2011) y Generalitat Valenciana (2021). Elaboración propia.

3. LOS SISTEMAS DE SUMINISTRO DE AGUA EN EL LITORAL DE ALICANTE

En el litoral alicantino, se identifican hasta seis entidades supramunicipales (consorcios y mancomunidades de municipios) y tres empresas, Aguas de Denia, Aguas Municipalizadas de Jávea, S. A. (AMJASA) y Aguas Municipalizadas de Alicante, Empresa mixta (AMAEM), que ofrecen el servicio de suministro de agua en alta. En algunos casos, los municipios se insertan en varias entidades supramunicipales y empresas que suministran agua en alta, como en el caso de Alicante, cuyo suministro de agua en alta es gestionado por la Mancomunidad de Canales del Taibilla (MCT) y por AMAEM. A pesar de que todos los municipios disponen de recursos hídricos propios en sus términos municipales, principalmente de origen subterráneo, la necesidad de una mayor cantidad y calidad de agua para satisfacer sus demandas ha motivado la creación de distintas entidades supramunicipales para el suministro de agua en alta.

3.1. Las entidades supramunicipales en la Marina Alta

La comarca de la Marina Alta se encuentra situada al norte de la provincia de Alicante entre las cuencas del río Girona en el límite norte y la margen izquierda del río Algar en el límite sur. La alta permeabilidad del terreno ha dificultado la existencia de embalses de regulación de agua superficial, por ello esta comarca presenta una gran dependencia de los recursos subterráneos para satisfacer todos los usos existentes; pues dispone de entre 23 y 27,8 hm³/año (CHJ 2016), procedentes principalmente de las masas de agua subterránea de Ondara-Denia (46 %), Mediodía (24 %) y Depresión de Benisa (13 %), con los que se satisfacen el 89,5 % de las demandas urbanas (AMINSA 2014). El intenso aprovechamiento de los acuíferos costeros para satisfacer las crecientes demandas (derivadas del desarrollo turístico-residencial y la actividad agrícola) ha generado problemas de sobreexplotación, contaminación e intrusión marina, que se traduce en que el 40 % de los recursos subterráneos presenten una calidad regular o mala para consumo humano (AMINSA 2014). Estas características han influido en la proliferación de sistemas de suministro de agua independientes en los municipios litorales, que consumen el 79,4 % del agua para usos urbanos de la comarca (AMINSA 2014), que se han conformado en base a dos estrategias. En primer lugar, el desarrollo de plantas desalobradoras para potabilizar los recursos subterráneos en Denia, Els Poblets, Teulada, Benitachell y Calpe, y una planta desalinizadora de agua marina en Jávea. En segundo lugar, en la movilización de los recursos ubicados fuera de su término municipal (tabla 3), lo que ha producido diferentes conflictos entre usuarios agrícolas de municipios del interior de la comarca y los municipios turísticos de la costa. Las principales transferencias hídricas entre el interior y el litoral se producen entre Pedreguer y Jávea, Beniarbeig y Denia, Benigembla y Benisa y La Vall de Laguar y Calpe.

Tabla 3. Procedencia de los recursos hídricos disponibles en los municipios del litoral de la Marina Alta en 2012

Municipio	Recursos con origen en el municipio (m ³)	Recursos con origen en otro municipio (m ³)	Agua desalinizada (m ³)
Denia	3.353.554	2.814.184	-
Els Poblets	821.550	-	-
Jávea	1.630.440	3.027.960	3.105.600
Teulada-Benitachell	1.901.512	1.637.882	-
Benisa	163.108	1.467.976	-
Calpe	172.192	3.299.317	-
Total	8.042.356	12.247.319	3.105.600

Fuente: CASAMA (2014). Elaboración propia.

Ante la ausencia de un ente comarcal que regulase estas actuaciones y mediase entre los intereses de los distintos usuarios, se crea el Consorcio de Abastecimiento de Agua y Saneamiento en la Marina Alta (CASAMA) en 1987, bajo la presidencia de la Diputación de Alicante. Este consorcio lo conforman 18 municipios,² que albergan a casi el 90 % de la población empadronada (177.000 habitantes), el 70 % de los recursos subterráneos disponibles (143,9 hm³/año) y el 91 % del consumo de agua para usos urbanos (AMINSA 2014). No obstante, la heterogénea composición de este consorcio, con municipios costeros y del interior con intereses divergentes ha dificultado la consecución de acuerdos significativos desde su creación (CASAMA 2015). La aprobación de la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local, que insta a que las Diputaciones provinciales a coordinar la prestación de los servicios de abastecimiento de agua y saneamiento en municipios con menos de 20.000

2. Alcalalí, Benissa, Benitatxell, Calpe, Denia, Gata de Gorgos, Xaló, Jávea, Llíber, Murla, Ondara, Pedreguer, Senija, Teulada, La Vall d'Alcalà, La Vall d'Ebo, El Verger y Els Poblets.

habitantes y la grave sequía de 2014-2016 impulsó de nuevo el CASAMA. Las medidas realizadas fruto de esta revitalización fueron la elaboración de un estudio de viabilidad a partir del cual plantear medidas encaminadas a consolidar el consorcio y dotarlo de una estructura funcional y sostenible (AMINSA 2014); la realización de inversiones para la mejora del sistema de suministro de los municipios del interior (Benissadigital 2016), y la propuesta de conexión de la Estación de Depuración de Aguas Residuales (EDAR) de Denia-Ondara-Pedreguer con las zonas agrícolas de Pego y Denia para intercambiar aguas depuradas por aguas blancas entre usuarios agrícolas y urbanos en caso de sequía (AMINSA 2014). La finalidad de estas actuaciones es reducir la vulnerabilidad ante situaciones de sequía de los sistemas de abastecimiento.

La falta de actividad de esta entidad durante décadas condujo a la creación de diversos consorcios, mancomunidades y sistemas de suministro autónomos en los municipios del litoral de la Marina Alta (figura 2). En el área más septentrional se encuentra el sistema de suministro de Denia-Els Poblets, que depende principalmente de una toma en el río Racons-Molinell, que posteriormente es desalada (Gil Olcina y Rico Amorós 2015). El resto del agua procede de diversas tomas de agua subterránea, ubicadas en los municipios de Els Poblets, Denia y Beniarbeig. Asimismo, este sistema de suministro se complementa con la compra de agua a los regantes del municipio de Pedreguer (AMINSA 2014).

En segundo lugar, el sistema de suministro de Aguas Municipalizadas de Jávea, S. A. (AMJASA) conecta Jávea con los municipios de Pedreguer, Gata de Gorgos a través de una conducción de 17 kilómetros y con Teulada a través de una conducción de 9 kilómetros (AMJASA 2015). En Jávea y los municipios limítrofes el uso mayoritario del agua es doméstico, ya que no existen industrias y las demandas de riego se abastecen con pozos propios. El modelo urbano, caracterizado por la proliferación de urbanizaciones de vivienda unifamiliar aislada con jardín y piscina, junto con el carácter estacional del poblamiento determina que una gran parte del consumo doméstico sea destinado al mantenimiento de jardines y piscinas. Una de las principales fuentes de suministro de este sistema son los pozos de Pedreguer. A través de un acuerdo con la comunidad de regantes de este municipio, AMJASA utiliza esta fuente de suministro a cambio del pago de un canon y de la prioridad de abastecimiento de la población de Pedreguer. Este acuerdo establece que se trasvasarían entre 300.000 m³/año y 600.000 m³/año, ampliables en casos de urgente necesidad. En épocas de sequía este sistema de suministro permite

abastecer también a los municipios de Gata de Gorgos y al vecino Consorcio de Aguas Teulada-Benitachell. No obstante, el agua subterránea no es la única fuente de suministro en este sistema. La sequía de 1999-2001 motivó al municipio de Jávea a la construcción de una desalinizadora, en funcionamiento desde 2002, dimensionada para un caudal de diseño de 28.000 m³/día (10,22 hm³/año) (AMJASA 2015). No obstante, el incremento demográfico propiciado por la expansión urbana y la actividad turístico-residencial ha provocado que la demanda diaria de agua alcance valores próximos a los 35.000 m³/día, sobrepasando la capacidad de producción máxima de la desalinizadora. Esta incapacidad de la desalinización de garantizar la demanda urbano-turística de agua redonda en que este sistema de suministro sea vulnerable ante situaciones de sequía, ya que durante estos periodos la disponibilidad de agua subterránea es muy limitada, por lo que pueden provocarse situaciones de desabastecimiento.

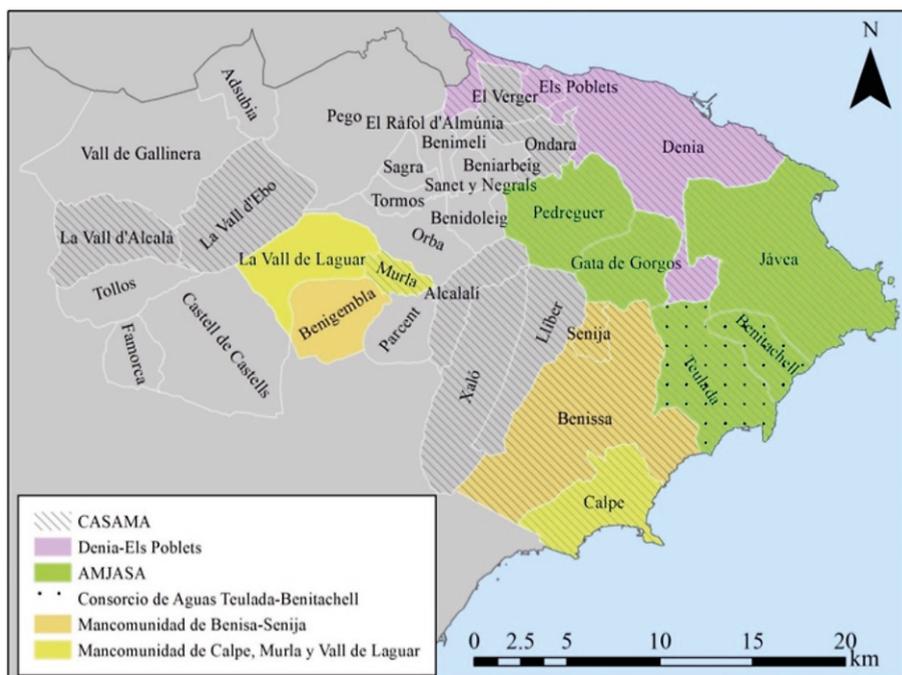


Figura 2. Sistemas de suministro de agua en la Marina Alta.
Fuente: Villar-Navascués (2019)

En tercer lugar, en la Marina Alta encontramos otro sistema de suministro, el Consorcio de Aguas de Teulada-Benitachell. Este consorcio gestiona desde 1988 un pequeño sistema de suministro para estos dos municipios litorales para garantizar el abastecimiento de agua y solucionar los problemas derivados de la sobreexplotación de acuíferos. Se abastece principalmente de agua subterránea procedente de pozos en propiedad ubicados tanto en estos municipios como en otros términos municipales (Senija, Benisa y Jávea), así como de 1,6 hm³/año de agua procedente de la desalinizadora de Jávea (AMINSA 2014). El agua subterránea es desalada en las dos estaciones desalobradoras existentes en el municipio, cuya capacidad de producción máxima diaria se amplió a 11.000 y 5.800 m³ tras la sequía de 2014-2016.

Otro de los sistemas de suministro en alta es el de la Mancomunidad de Benisa-Senija. Este sistema tiene su origen a finales de la década de los 60, cuando se realizaron las obras de traída de aguas desde el pozo de Camí Sanet, ubicado en el municipio de Benidoleig. No obstante, el desarrollo urbano y turístico del municipio requería un mayor volumen de agua, por lo que se incorporan nuevos pozos situados en el término municipal de Benigembla. Estas adquisiciones han generado numerosos conflictos entre usuarios agrícolas y urbano-turísticos (CASAMA 2015). Posteriormente y para garantizar el abastecimiento, dado que continuaron incrementándose las demandas de agua en el litoral, se adoptaron nuevas iniciativas. En 2016 Benisa firmó un convenio con Calpe para el trasvase de agua procedente del pozo Lucifer (ubicado en el municipio de La Vall de Laguar). Este acuerdo generó críticas por parte de algunos municipios de la Mancomunidad de la Vall de Pop, por excluir a los municipios del interior de estos acuerdos³ (Benissadigital 2016).

Por último, el sistema de suministro más meridional de la Marina Alta es el de la Mancomunidad de Calpe, Murla y La Vall de Laguar. Esta mancomunidad se constituyó en abril de 2014, y acordó la cesión de 3 hm³ de agua procedente del pozo Lucifer (ubicado en La Vall de Laguar) para el suministro de agua en Calpe. No obstante, esta transferencia venía realizándose desde 1984, es decir, desde antes del establecimiento de esta entidad supramunicipal, debido al intenso desarrollo urbano y turístico en el municipio de Calpe. Esta trasvase comarcal ha producido diversos conflictos entre la comunidad

3. Las quejas provienen de los municipios de Alcalalí, Jalón y Llíber ya que a pesar de que las conducciones discurren por sus términos municipales no pueden utilizarlas para abastecerse con agua de los pozos ubicados en el término municipal de Parcent.

de regantes del río Girona y Calpe desde hace décadas⁴ (Las Provincias 2014). Esta agua es distribuida hasta Calpe a través de una conducción de 25 kilómetros que recorre los municipios de Orba, Murla, Parcent, Alcalalí, Jalón, Llíber y Benisa (CASAMA 2015). Asimismo, Calpe dispone de captaciones subterráneas en el barranco Salado (4 pozos), cuya agua es tratada en una planta de ósmosis inversa con una capacidad de producción de 11.000 m³/día, si bien en condiciones de normalidad hidrológica se emplean únicamente como complemento del agua suministrada en el pozo Lucifer, ya que posee un nivel de cloruros y sodio disuelto muy por encima de los parámetros límite fijados en el RD 140/2003 (Aguas de Calpe 2015).

3.2. El Consorcio de Aguas de la Marina Baja

El Consorcio de Aguas de la Marina Baja (CAMB) se constituye en 1977, a raíz de los problemas de abastecimiento de agua comarcales producidos por el desarrollo turístico de la ciudad de Benidorm durante las décadas de 1960 y 1970, para satisfacer las necesidades de suministro de agua en alta y saneamiento. Estos problemas fueron especialmente intensos durante los años secos, como 1969, y sobre todo 1978, cuando las restricciones en Benidorm se resolvieron mediante la traída de agua en buques cisterna provenientes de Alicante (Gil Olcina 2010). Los miembros de este órgano son la Diputación Provincial de Alicante, la Confederación Hidrográfica del Júcar y los ayuntamientos de L'Alfàs del Pi, Altea, Benidorm, Finestrat, La Nucía, Polop y Villajoyosa. Los recursos hídricos que gestiona el CAMB son de diversa procedencia. Administra tanto los recursos superficiales, procedentes de las cuencas de los ríos Algar-Guadalest y Amadorio, como los subterráneos procedentes de varios campos de pozos, principalmente de los acuíferos de Beniardá, Algar, Polop y Aitana Sur y las aguas residuales depuradas procedentes de las EDAR de Villajoyosa y Altea y regeneradas de la EDAR de Benidorm. Asimismo, cuenta con dos embalses de regulación: el embalse de Guadalest y el embalse de Amadorio, los únicos de la confederación del Júcar en la provincia de Alicante para abastecimiento urbano. Complementariamente, para garantizar el abastecimiento de agua urbana durante situaciones de sequía

4. Los regantes argumentan que la extracción de agua del pozo Lucifer reduce el nivel de los pozos situados aguas abajo, lo que supone un sobre coste energético para los agricultores al extraer agua para riego.

en 1998 se concluye la conducción Rabasa-Fenollar-Amadorio. Esta infraestructura está diseñada para aportar al CAMB hasta 11,5 hm³/año procedente del sistema de suministro de la Mancomunidad de Canales del Taibilla y la desalinizadora de Mutxamel (con una capacidad de producción de 18 hm³/año), que entró en funcionamiento en 2015. Ambas infraestructuras han entrado en funcionamiento en pocas ocasiones coincidiendo con periodos de sequía: durante el periodo 1999-2002, aportó una media de 6,3 hm³/año procedentes del trasvase Tajo-Segura, y entre 2015 y 2016, abasteció 4,2 hm³ y 6,6 hm³, respectivamente, procedentes de la desalinizadora de Mutxamel. Este consorcio abastece a una población permanente de alrededor de 180.000 habitantes, el 93,5 % del total comarcal, aunque el CAMB atiende a una población permanente de casi 300.000 y con puntas estivales de más de 600.000 habitantes (Gil Olcina y Rico Amorós 2015).

Este sistema de suministro se basa en la interconexión de las cuencas hidrográficas superficiales y de los recursos subterráneos. La cuenca del río Guadalest está regulada por el embalse homónimo, de 13,5 hm³ de capacidad máxima, que regula y almacena las aportaciones del acuífero de Beniardá, ubicado en la cola del embalse. La cuenca del río Algar tiene mayor disponibilidad de recursos hídricos, procedentes del acuífero del Algar y en menor medida del río Bolulla, estimados en unos 25 hm³/año. Estos volúmenes al no disponer de ninguna presa de regulación aguas abajo, son impulsadas hasta el embalse de Guadalest a través de la Estación de Bombeo del Algar. Desde el embalse parte la conducción general de abastecimiento a los municipios del CAMB. Los sobrantes y/o escorrentías de los ríos Algar y Guadalest son derivados al embalse de Amadorio desde la Estación de Bombeo del Mandem hasta el azud del río Torres a través del Canal Bajo del Algar. Desde allí, junto con los escasos aportes naturales del río Torres, el agua es impulsada hasta el embalse del Amadorio, de 15,3 hm³ de capacidad. Este embalse, asimismo, recoge las aguas del río Amadorio y de la Font del Arc, aliviadero del acuífero de Aitana Sur. Asimismo, hace pocos años se construyó una tubería de 900 milímetros que conecta directamente la estación del Mandem con el embalse del Amadorio. El CAMB también cuenta con un sistema de reutilización de aguas regeneradas,⁵ que distribuye agua proporcionada por las depuradoras de Benidorm, Altea y Villajoyosa a través de una conducción

5. La concesión de agua depurada es de la Comunidad de Regantes del Canal Bajo del Algar. En situaciones de sequía intercambian agua blanca con el camb a cambio de agua regenerada más barata.

de reutilización que discurre paralela al Canal Bajo del Algar, para atender las demandas agrícolas y de los campos de golf (Gil Olcina y Rico Amorós 2015) (figura 3).

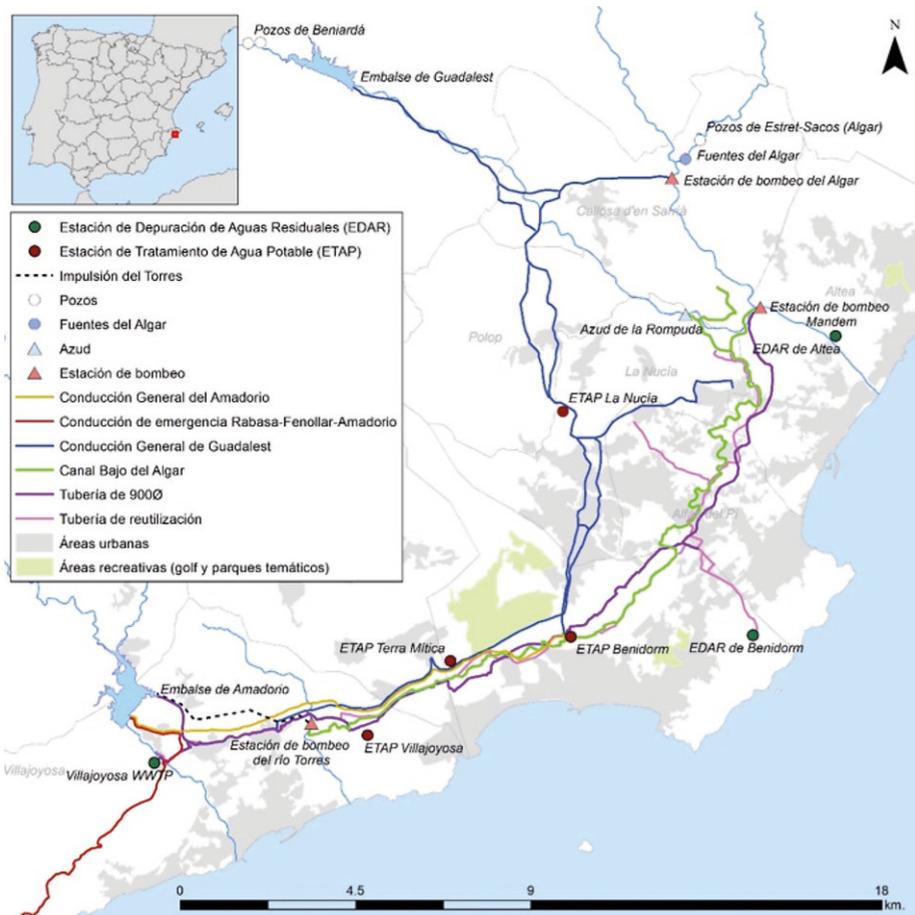


Figura 3. Mapa de las infraestructuras hidráulicas gestionadas por el CAMB.
Fuente: Elaboración propia

El desarrollo de la regeneración de aguas residuales ha permitido el intercambio de este recurso por aguas blancas entre usuarios urbano-turísticos y usuarios agrícolas desde la fundación del CAMB, a través de compensaciones e incentivos a las entidades de regantes (March Corbella, Saurí Pujol y Rico Amorós 2014.; Gil Olcina y Rico Amorós 2015). Asimismo, a partir de 2010, el consumo de agua del parque temático de Terra Mítica y de sus dos campos de golf, de 732.000 m³/año, es satisfecho con aguas depuradas. Los otros dos campos de golf de la Marina Baja, localizados en Altea y Finestrat, también se abastecen de agua reutilizada.

En función de la disponibilidad de aguas blancas se incrementa la participación de las depuradas, lo que permite garantizar el abastecimiento urbano-turístico. En periodos de sequía el CAMB puede suministrar a los regantes hasta 11 hm³/año de aguas residuales depuradas, como sucedió en el año más duro de la sequía 2014-2016 (Información, 2018). La EDAR más importante de este sistema es la de Benidorm, ubicada en Sierra Helada a 141 metros de altitud, e inaugurada en 1982. Su ampliación en 2006 permitió introducir un tratamiento terciario avanzado de ultrafiltración y desalinización, lo que permite reducir la conductividad, el sodio y el boro del agua depurada, lo que favorece su uso para riego (Gil Olcina y Rico Amorós, 2015). No obstante, la intrusión marina en la red de alcantarillado y el vertido de agua salobre utilizada en algunos hoteles y parques acuáticos de Benidorm, que disponen de pozos propios, aumentan la concentración de sales empeorando la capacidad de producción de agua⁶ (Gil Olcina y Rico Amorós, 2018; Ricart Casadevall et al. 2020a). Este hecho ha provocado ciertos conflictos entre el CAMB y las comunidades de regantes, que exigen para mantener el acuerdo de intercambio de aguas entre usuarios agrícolas y urbano-turísticos una calidad suficiente del agua en términos agronómicos, para lo cual la financiación de los costes adicionales que supone regenerar el agua depurada con exceso de concentración de sales provenga de los usuarios urbano-turísticos, siguiendo el principio de «quien contamina paga» (Ricart Casadevall et al. 2020a).

No obstante, a pesar de esta cuestión, el sistema de suministro del CAMB ha garantizado el suministro de agua en una comarca con una clara especialización turística desde hace décadas. El desarrollo de la regeneración de aguas residuales y de las infraestructuras de regulación y distribución,

6. Este hecho provoca que la capacidad de producción de agua regenerada en la EDAR de Benidorm se rebaje de los 25.000 m³/día a 18.000 m³/día, para garantizar una salinidad inferior a los 1.300 µS, que supone el umbral admisible por los agricultores.

además, ha posibilitado el uso de este recurso por parte de usuarios recreativos y turísticos para el riego de varios campos de golf y áreas verdes de algunos hoteles de Benidorm. La labor de esta entidad supramunicipal ha permitido conciliar intereses y armonizar las demandas entre usuarios urbanos, turísticos y agrarios, garantizando el suministro de agua para una de los mayores destinos turísticos de masas como es Benidorm. En concreto, del consumo de agua correspondiente a los usos urbanos supone aproximadamente la mitad del total suministrado por el CAMB, el consumo de Benidorm representa aproximadamente entre el 52 % y el 60 % para el periodo 2000-2021 (figura 4). Las perspectivas futuras indican que el desarrollo de la regeneración, con la incorporación de los tratamientos terciarios en las EDAR de Villajoyosa y Altea, podrá reducir aún más la demanda de agua potable tanto de los usos agrarios, como de los urbano-turísticos, con el desarrollo de la conducción de reutilización que permitirá que tanto usuarios domésticos (principalmente viviendas unifamiliares con jardín) como usuarios turísticos satisfagan sus necesidades de agua no potable con este recurso no convencional.

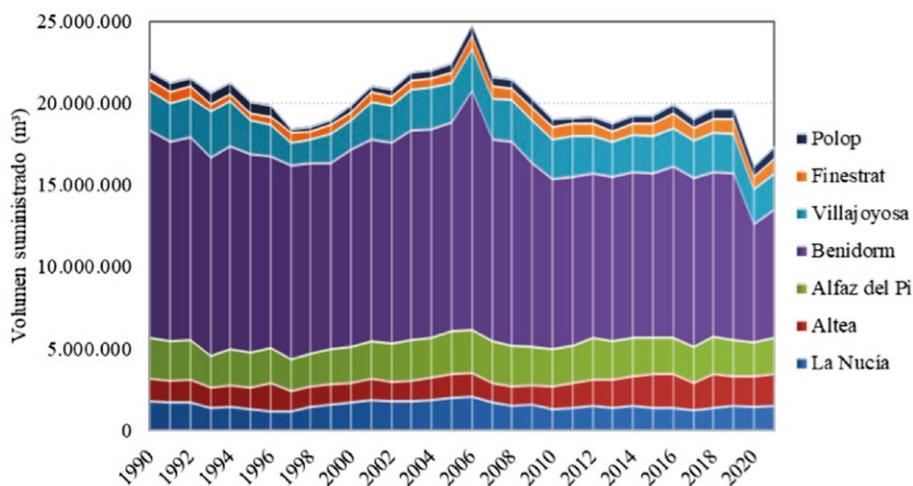


Figura 4. Volumen de agua suministrada (m^3) por el CAMB para usos urbanos.

Fuente: CAMB. Elaboración propia

3.3. La Mancomunidad de Canales del Taibilla

Este organismo, que actúa bajo la dirección del Ministerio de Medio Ambiente, suministra agua en alta a 80 municipios de las provincias de Murcia, Albacete y Alicante que albergan a más de un millón y medio de habitantes empadronados. Los 35 municipios de la provincia de Alicante abastecidos por esta entidad demandan el 40,2 % del agua que suministra la MCT, 78,3 hm³ en el año 2021. Desde su creación (1927), gestiona los recursos hídricos superficiales que aporta el río Taibilla y, posteriormente, con la progresiva incorporación de municipios a la entidad, se fueron introduciendo nuevas fuentes al sistema de suministro: en 1966 se añaden los caudales del río Segura, a los que posteriormente se suman recursos subterráneos de diversa procedencia; desde 1979, el agua proveniente del trasvase Tajo-Segura y desde el año 2000, además de las aportaciones extraordinarias procedentes de los pozos del Sinclinal de Calasparra y del embalse de Alarcón (Melgarejo Moreno y Molina Giménez. 2017), se ha incorporado la desalinización de agua marina por ósmosis inversa, con la construcción de hasta siete plantas,⁷ todo lo cual conforma un complejo sistema de suministro (figura 5).

Aunque la mayor parte de los municipios alicantinos entran en el organismo entre 1928 y 1946, no es hasta 1958, con la culminación del Canal de Alicante, cuando llegan los primeros caudales a Elche, Crevillente, Alicante y San Vicente del Raspeig (Melgarejo Moreno y Molina Giménez 2017). La progresiva incorporación de caudales y la culminación de las infraestructuras permiten la ampliación del territorio abastecido por la MCT a los municipios del litoral y prelitoral de Alicante: Santa Pola en 1959, Orihuela en 1966, San Miguel de Salinas y Guardamar del Segura en 1970 y Torrevieja en 1972 (Melgarejo Moreno y Molina Giménez. 2017). En 1984, con la finalización de nuevas infraestructuras se incorporan once municipios del interior de la Vega Baja, entre los que se encuentran municipios prelitorales como Rojales y San Fulgencio. En 1987 se produce la última incorporación a la MCT en el litoral de Alicante, el municipio de Pilar de la Horadada, tras su segregación de Orihuela (Melgarejo Moreno y Molina Giménez 2017, 69).

7. Cuatro plantas son propiedad de la MCT (Alicante I y II y San Pedro del Pinatar I y II), mientras que las tres restantes son propiedad de la sociedad estatal ACUAMED (Torrevieja, Águilas y Valdelentisco) (Ricart Casadevall, Sandra et al. 2020b).

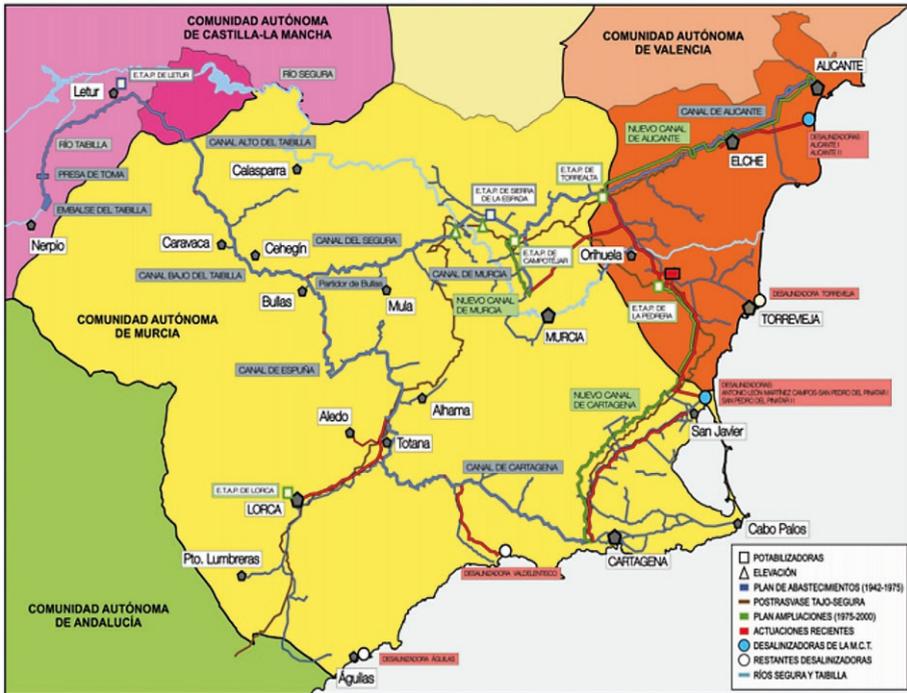


Figura 5. Sistema hidráulico general de la MCT. Fuente: MCT (2016)

Si bien el sistema hidráulico de la MCT se encuentra interconectado, la gestión del suministro en alta en la provincia de Alicante se divide en dos zonas coincidentes con su adscripción hidrográfica. La zona norte, conformada por los municipios pertenecientes a la Demarcación Hidrográfica del Júcar, es abastecida a través de la ETAP de Torrealta⁸ desde donde parte el Nuevo Canal de Alicante hasta los depósitos reguladores de la ciudad de Alicante. En su tramo final recibe el agua procedente de las desalinizadoras de Alicante.⁹ En 2015 entra en funcionamiento la desalinizadora de

8. La captación se realiza directamente desde el Canal del Postrasvase Tajo-Segura. Tras la potabilización distribuye el agua a través del Nuevo Canal de Alicante.

9. La desalinizadora de Alicante I se inaugura en 2003, con una capacidad de producción diaria de 50.000 m³, ampliada en 2006 hasta los 60.000 m³/día (22 hm³/año). En 2008 entra en funcionamiento la planta de Alicante II, con una capacidad de producción de 65.000 m³/día (24 hm³/año).

Mutxamel, que puede atender las demandas de las poblaciones de Alicante, San Juan, San Vicente, Mutxamel y Campello y, en periodos de sequía, al Consorcio de Aguas de la Marina Baja. La zona más meridional, que ocupa la comarca de la Vega Baja, es abastecida desde la estación de tratamiento de agua potable (ETAP) de La Pedrera y conectada a las desalinizadoras de San Pedro del Pinatar¹⁰ y Torrevieja, operativa para abastecimiento urbano desde 2017. La aportación de cada fuente de suministro utilizada por la MCT varía anualmente, en función de la disponibilidad de agua de las fuentes superficiales. En épocas de sequía, se utiliza una mayor proporción de recursos subterráneos y desalinizados (figura 6).

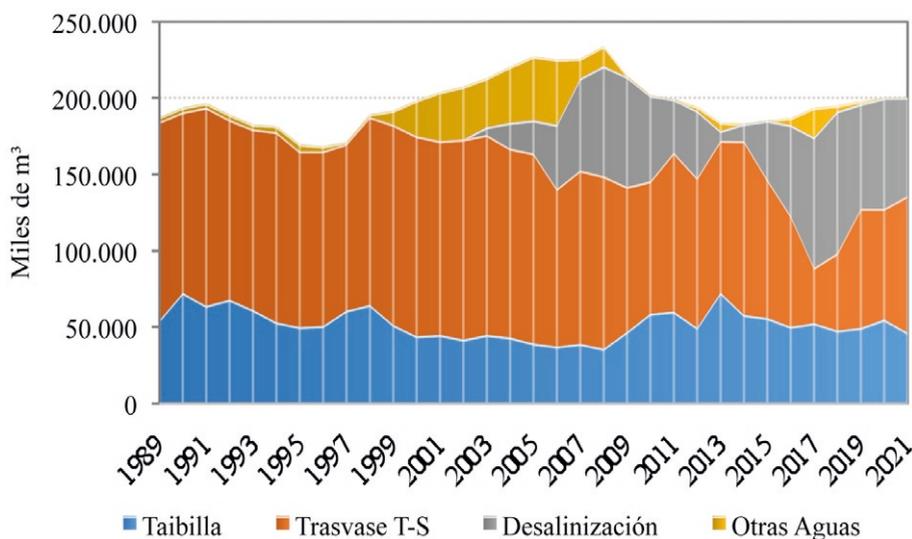


Figura 6. Volumen suministrado por la MCT por fuentes de suministro.
Fuente: MCT. Elaboración propia

10. La desalinizadora de Antonio León Martínez Campos-San Pedro del Pinatar I es inaugurada en 2005 y tiene una capacidad de producción diaria de 65.000 m³ (24 hm³/año). La de San Pedro del Pinatar II se inaugura un año después, con una capacidad de producción similar. También abastecen a los municipios de las comarcas de la Vega Media del Segura y del Mar Menor.

Dos procesos afectan a las fuentes de suministro de este sistema. Por un lado, el sobredimensionamiento de la capacidad de desalinización motivada por las previsiones de crecimiento urbano (Morote Seguido y Rico Amorós, 2018) previas a la crisis de 2008, que ha generado su infrautilización, especialmente tras la crisis económica del 2008 por la disminución del consumo urbano de agua y el alto precio de la energía (Swyngedouw y Williams, 2016). Esto, unido a la adopción de convenios de colaboración entre la sociedad estatal ACUAMED y la MCT para adquirir la producción de las desalinizadoras de Torrevieja, Valdelentisco y Águilas condujo a una situación financiera preocupante por parte del ente supramunicipal (Rico 2016). Por otro lado, entre 2014 y 2015 se estableció un nuevo marco legislativo para definir las reglas de explotación del trasvase del Tajo-Segura, que son modificadas por la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de Evaluación ambiental, el RD 773/2014, de 12 de septiembre, por el que se aprueban diversas normas reguladoras del trasvase por el acueducto Tajo-Segura y la Ley 21/2015, de 20 de julio, de Montes (Morote Seguido y Rico Amorós 2018). Con ellas, se modifica el umbral de agua en los embalses de la cuenca cedente a partir del cual se prohíbe el trasvase, pasando de 240 hm³ a los 400 hm³ y se modifican los niveles mensuales del trasvase que dependen del nivel de agua almacenado en cabecera a principios de cada mes¹¹ (Morote Seguido y Rico Amorós 2018). Estas nuevas reglas marcan un hito en el funcionamiento del sistema de suministro de la MCT, ya que, por primera vez desde su puesta en marcha, el trasvase Tajo-Segura dejó de suministrar agua para abastecimiento urbano entre mayo de 2017 y marzo de 2018. A éstas, se une desde 2021, la propuesta de fijar un caudal ecológico en el Tajo en el marco de la nueva planificación hidrológica para los próximos seis años, que afectará a los volúmenes a trasvasar; ello generará una reactivación de la denominada «guerra del agua» desde finales de 2022.

Esta situación es el resultado de la política hidráulica emanada del Programa AGUA cuyo objetivo es la progresiva sustitución del agua

11. El Nivel 1 establece trasvases mensuales de 60 hm³ cuando el nivel de agua conjunta de Entrepeñas y Buendía sea igual o mayor a los 1.300 hm³. El Nivel 2, que determina trasvases mensuales de 38 hm³, se produce en situaciones inferiores hasta los límites mensuales establecidos en el Nivel 3, o cuando las aportaciones conjuntas en los últimos doce meses sean inferiores a 1.200 hm³. Entre los 400 hm³ y los siguientes umbrales mensuales se sitúa el Nivel 3 que autoriza trasvases mensuales de hasta 20 hm³: octubre (613 hm³), noviembre (609 hm³), diciembre (605 hm³), enero (602 hm³), febrero (597 hm³), marzo (591 hm³), abril (586 hm³), mayo (645 hm³), junio, (673 hm³), julio (688 hm³), agosto (661 hm³), septiembre (631 hm³).

trasvasada por recursos desalinizados (Rico 2010; 2016), pero también del impacto de la aminoración de los caudales en cabecera debido al cambio climático que condicionará los volúmenes trasvasados. Hasta el cambio de las reglas de explotación, el agua del trasvase Tajo-Segura suponía aproximadamente el 60 % de los recursos gestionados por la MCT (Gil Olcina y Rico Amorós 2007). Sin embargo, durante el cierre del trasvase la proporción de agua desalinizada por la MCT alcanzó el 44 % y, en algunos municipios como Alicante, el 70 % (Morote Seguido y Rico Amorós 2018). Asimismo, el cierre del trasvase marcó un hito en el desarrollo del uso de agua desalinizada para los regantes pertenecientes al SCRATS (Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura), con el desarrollo de las infraestructuras de regulación y distribución del agua desalinizada y la subvención de este recurso al amparo de los Decretos de sequía y sus prórrogas (Villar-Navascués, Rubén et al. 2020). No obstante, la finalización de la subvención del precio del agua desalinizada y la repercusión de los costes del agua desalinizada ha repercutido en la rentabilidad de mechas explotaciones agrarias. Asimismo, para los usuarios urbano-turísticos, el desarrollo de la desalinización ha producido grandes cambios en el precio del agua en los municipios abastecidos por la MCT, derivados de un mayor consumo energético, y de la amortización de las inversiones realizadas para adaptar el sistema de suministro a esta nueva situación (Morote Seguido y Rico Amorós 2018).

3.4. Aguas Municipalizadas de Alicante, Empresa Mixta

Antes de su incorporación a la MCT, el municipio de Alicante había conformado un sistema de suministro basado en el aprovechamiento de los recursos subterráneos de la comarca del Alto Vinalopó. Este sistema había sido cimentado por la empresa que dio origen a la actual concesionaria del servicio de abastecimiento de agua en baja, la sociedad belga Sociéte Anonyme des Eaux d'Alicante creada en 1898. Ese año se finalizó el Canal del Cid, una infraestructura de 48 kilómetros que permitió la llegada a Alicante de caudales procedentes de los pozos artesianos del municipio de Sax, ubicado en la comarca del Alto Vinalopó. Las obras del Canal del Cid y la llegada de agua a Alicante produjeron numerosas peticiones de suministro en las poblaciones por donde discurría el canal y en las poblaciones limítrofes a Alicante. En 1921 la Sociedad General Aguas de Barcelona, S. A. adquirió más del 90 %

del capital social de la empresa de origen belga, que continuó operando bajo el nombre de Aguas de Alicante, S. A. En 1953, estando cerca la finalización del plazo de la concesión de sesenta años, el Ayuntamiento de Alicante constituyó Aguas Municipalizadas de Alicante, Empresa Mixta (AMAEM), en la cual participó junto con la Sociedad Mercantil Aguas de Alicante, S. A. en la mitad del capital social. Hasta finales de los años 50, el agua provenía exclusivamente de los pozos de Sax y Villena, pero el crecimiento urbano exigía nuevos aportes. En 1958 Alicante recibe agua por primera vez de la MCT, lo que permitió el desarrollo urbanístico de la playa de San Juan y el fin de las restricciones y cortes de agua durante el verano (Melgarejo y Molina 2017). Desde 1973, asimismo, AMAEM ejecuta obras de desdoblamiento del Canal del Cid y continúa la búsqueda de nuevos aportes de agua con nuevas captaciones subterráneas y convenios con comunidades de regantes en el Alto y Medio Vinalopó. AMAEM gestiona el ciclo integral del agua en Alicante y San Joan d'Alacant desde 1938, además del suministro de agua en alta en Novelda (desde 1913), San Vicente del Raspeig (1915), Monforte del Cid (1924), Petrer, El Campello (2006), Agost y Mutxamel. Asimismo, AMAEM gestiona el servicio de abastecimiento y distribución de agua en baja en San Vicente del Raspeig, Monforte del Cid, Petrer, El Campello y parte del municipio de Mutxamel, así como el servicio de alcantarillado en Monforte del Cid. En total gestiona el servicio para 480.310 habitantes y una red de distribución de 2.244 km (AMAEM 2016). En la práctica AMAEM actúa a la vez como entidad supramunicipal de suministro de agua en alta y como empresa encargada del servicio de abastecimiento en baja. No obstante, depende en gran medida del suministro de agua procedente de la MCT, el 80 % del agua que gestiona procede de esta entidad, mientras que el 20 % procede de los pozos ubicados en la comarca del Alto Vinalopó (Melgarejo Moreno y Molina Giménez 2017).

4. CONCLUSIONES

El litoral de Alicante, caracterizado por unas condiciones climáticas áridas y la baja disponibilidad de recursos hídricos, el incremento de la demanda de agua asociado al desarrollo urbano-turístico en la segunda mitad del siglo xx requirió el desarrollo de complejos sistemas de suministro de agua. Aunque no existen cifras oficiales en los documentos de planificación

hidrológica acerca del impacto real del sector turístico en el consumo de agua urbano, la especialización turística y turístico-residencial del litoral de Alicante evidencia la importancia de estos usos del agua.

Una característica principal que comparten todos estos sistemas es la movilización de recursos exógenos al litoral, en ocasiones procedentes de otras regiones como el trasvase Tajo-Segura. No obstante, este hecho ha sido fuente de conflictos entre usuarios, principalmente agrarios y urbano-turísticos, por el uso del agua. Asimismo, ha sido necesaria la diversificación de fuentes de suministro con fuentes no convencionales, principalmente la desalinización y las aguas residuales, y el establecimiento de distintos modelos de gobernanza y acuerdos entre usuarios, como muestra el ejemplo de la Marina Baja, que permitan el intercambio de recursos hídricos para garantizar el mantenimiento y desarrollo de la actividad urbana y turística. En otros casos, como en la Marina Alta, la ausencia de una entidad supramunicipal con una capacidad limitada para armonizar usos e intereses de los distintos actores comarcales ha redundado en el desarrollo de múltiples pequeños sistemas de suministro de agua en alta. En este caso el desarrollo turístico y residencial del litoral sí que ha generado conflictos con los usuarios agrarios del interior de la comarca y, además, estos pequeños sistemas de suministro no han sido capaces de garantizar la demanda de agua durante situaciones de sequía, como se evidenció durante los años 2014-2016. En la Marina Alta, a pesar de ser la comarca de mayor pluviometría de la provincia de Alicante, la dependencia de los recursos subterráneos, la ausencia de una estructura de gobernanza del agua robusta que permita la conciliación de intereses entre los usuarios y las previsiones climáticas de situaciones de sequía más recurrentes e intensas, amenaza estos sistemas de suministro.

El desarrollo de la actividad turística y urbanística en el litoral de Alicante ha estimulado el desarrollo de sistemas de suministro de agua, tanto desde el punto de vista técnico y de gobernanza, que ha permitido reducir en mayor o menor medida su situación de vulnerabilidad ante situaciones de sequía. El conocimiento de las problemáticas asociadas a las fuentes de suministro empleadas, como su coste, o en qué actor recaen los derechos de propiedad, la distribución espacial y temporal de la demanda, las relaciones establecidas entre los actores que conforman cada sistema de suministro, y los casos de buenas y malas prácticas en la gobernanza y gestión de los recursos hídricos serán de vital importancia para afrontar las incertidumbres asociadas al futuro climático y a las tendencias en el desarrollo turístico en el litoral.

REFERENCIAS

- Agrupación Mediterránea de Ingeniería, S. A. (AMINSA). 2014. *Estudio de viabilidad del Consorcio de Abastecimiento y Saneamiento de Aguas de los municipios de la Marina Alta*. Alicante: Diputación de Alicante.
- Aguas de Calpe. 2015. *Plan de Emergencia por sequía*. Calpe: Aguas de Calpe y Ayuntamiento de Calpe.
- Aguas Municipalizadas de Alicante, Empresa Mixta, S.A. (AMAEM). 2016. *Informe de Desarrollo Sostenible 2015*. Alicante: AMAEM.
- Aguas Municipalizadas de Jávea, S. A. (AMJASA). 2015. *Plan de Emergencia ante situaciones de sequía en Jávea/Xàbia*. Jávea: AMJASA.
- Baños Castiñeira, Carlos Javier, José Fernando Vera Rebollo y Daniel Díez Santo. 2010. «El abastecimiento de agua en los espacios y destinos turísticos de Alicante y Murcia». *Investigaciones Geográficas* 51: 81-105.
- Benissadigital. 2016. *El gobierno provincial aprueba 2,5 millones de euros en inversiones para solucionar los problemas de agua en la Marina Alta*. Online: <http://benissadigital.es/art/7312/el-gobierno-provincial-aprueba-25-millones-de-euros-en-inversiones-para-solucionar-los-problemas-de-agua-en-la-marina-alta> [Último acceso: 30/12/2022].
- Confederación Hidrográfica del Júcar (CHJ). 2016. *Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica del Júcar. Memoria. Ciclo de planificación hidrológica 2015-2021*. Valencia: Confederación Hidrográfica del Júcar.
- Confederación Hidrográfica del Júcar (CHJ). 2022. *Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica del Júcar. Memoria-Anejo 3. Usos y demandas de agua. Ciclo de planificación hidrológica 2022-2027*. Valencia: Confederación Hidrográfica del Júcar.
- Confederación Hidrográfica del Segura (CHS). 2022. *Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica del Segura (Revisión de tercer ciclo: 2022-2027). Anejo III. Usos y demandas*. Murcia: Confederación Hidrográfica del Segura.
- Consorcio de Abastecimiento y Saneamiento de Aguas de la Marina Alta (CASAMA). 2015. *Plan de Emergencia por sequía en la comarca de la Marina Alta*. Alicante: Proaguas Costa Blanca, Diputación de Alicante.
- García, Celso, Bartolomé Deyà-Tortella, Jorge Lorenzo-Lacruz, Enrique Morán-Tejeda, Pablo Rodríguez-Lozano y Dolores Tirado. 2022. «Zero tourism due to COVID-19: an opportunity to assess water consumption associated to tourism». *Journal of Sustainable Tourism* 31(5): 1-16.

- Generalitat Valenciana. 2019. *IMPACTUR, 2019. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo*. Valencia: Turisme Generalitat Valenciana.
- . 2021. *Oferta turística municipal y comarcal 2021*. Valencia: Conselleria de Turisme, Cultura i Esport.
- Gil Olcina, Antonio. 2010. «Optimización de recursos hídricos y armonización de sus usos: el Consorcio de Aguas de la Marina Baja». *Investigaciones Geográficas* 51:165-183.
- Gil Olcina, Antonio y Antonio Manuel Rico Amorós. 2007. *El problema del agua en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Fundación de la Comunidad Valenciana Agua y Progreso.
- . 2015. *Consortio de Aguas de la Marina Baja. Gestión convenida, integral y sostenible del agua*. San Vicente del Raspeig, Alicante: Instituto Interuniversitario de Geografía, Universidad de Alicante.
- . 2018. *Canal Bajo del Algar. Columna vertebral de la Marina Baja*. Alicante: Comunidad de Regantes del Canal Bajo del Algar e Instituto Interuniversitario de Geografía de la Universidad de Alicante.
- Gössling, Stefan, Paul Peeters, Collin Michael Hall, Jean-Paul Ceron, Ghislain Dubois, La Vergne Lehmann y Daniel Scott. 2012. «Tourism and water use: Supply, demand, and security». *Tourism Management* 33(1): 1-15.
- Hof, Angela y Thomas Schmitt. 2011. «Urban and tourist land use patterns and water consumption: Evidence from Mallorca, Balearic Islands». *Land use Policy* 28(4): 792-804.
- INECA. 2019. *Fortalezas de la provincia de Alicante*. Alicante: Instituto de Estudios Económicos de la Provincia de Alicante.
- Información. 2018. «Consortio de Aguas de la Marina Baja, por la mejor gestión integral de todos los recursos». 21/03/2018. En línea: https://www.diarioinformacion.com/especiales/dia-mundial-agua/2018/03/consorcio-aguas-marina-baja-mejor-gestion-integral-recursos-n1433_1_42849.html [Último acceso: 5/01/2018].
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). 2021. *Climate Change 2021. The Physical Science Basis*. Recuperado de: https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_Full_Report.pdf.
- Las Provincias. 2014. «La Comunidad de usuarios del río Girona tilda de “burla” la cesión de agua del pozo Lucifer a Calpe». 20/09/2014. Disponible en: <https://www.lasprovincias.es/marina/201409/20/comunidad-usuarios-girona-tilda-20140920000322-v.html> [Último acceso: 28/02/2019].

- Mancomunidad de Canales del Taibilla (MCT). 2016. *La Mancomunidad de Canales del Taibilla. El Organismo y su evolución histórica*. Madrid: MCT y Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- March Corbella, Hug, David Saurí Pujol y Antonio Manuel Rico Amorós. 2014. «The end of scarcity? Water desalination as the new cornucopia for Mediterranean Spain». *Journal of Hydrology* 519: 2642-2652.
- Melgarejo Moreno, Joaquín y Andrés Molina Giménez. 2017. *La Mancomunidad de Canales del Taibilla en la provincia de Alicante*. Sant Vicent del Raspeig: Mancomunidad de los Canales del Taibilla e Instituto del Agua y las Ciencias Ambientales.
- Morote Seguido, Álvaro Francisco y Antonio Manuel Rico Amorós. 2018. «Perspectivas de funcionamiento del trasvase Tajo-Segura (España): efectos de las nuevas reglas de explotación e impulso de la desalinización como recurso sustitutivo». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 79. <https://doi.org/10.21138/bage.2754>.
- Olcina Cantos, Jorge, Carlos Javier Baños Castiñeira y Antonio Manuel Rico-Amorós. 2016. «Medidas de adaptación al riesgo de sequía en el sector hotelero de Benidorm (Alicante, España)». *Revista de Geografía Norte Grande* 65: 129-153.
- Ricart Casadevall Sandra, Ana Arahetes Hidalgo, Rubén Villar Navascués, Antonio Manuel Rico-Amorós y Jaime Berenguer Ponsoda. 2020a. «More water exchange, less water scarcity? Driving factors from conventional and reclaimed water swap between agricultural and urban-tourism activities in Alicante, Spain». *Urban Water Journal* 16(10): 677-686.
- . 2020b. «How to close the gap of desalinated seawater for agricultural irrigation? Confronting attitudes between managers and farmers in Alicante and Murcia (Spain)». *Water* 12(4): 1132.
- Ricart Casadevall, Sandra, Rubén Villar Navascués y Antonio Manuel Rico Amorós. 2021. «Water Exchange and wastewater reuse to achieve SDG6: Learning from agriculture and urban-tourism coexistence in Benidorm (Spain)». En *SDG Series:6. Transitioning to Clean Water and Sanitation. Transitioning to Sustainability Series*, ed. Guéladio Cissé. Basilea: MDPI, 7-29.
- Rico Amorós, Antonio Manuel. 2007. «Tipologías de consumo de agua en abastecimientos urbano-turísticos de la Comunidad Valenciana». *Investigaciones Geográficas* 42: 5-34.

- . 2010. «Plan Hidrológico Nacional y Programa A.G.U.A.: Repercusión en las regiones de Murcia y Valencia». *Investigaciones Geográficas* 51: 235-267.
- . 2016. «La Mancomunidad de los Canales del Taibilla: un modelo de aprovechamiento conjunto de fuentes convencionales y desalinización de agua marina». En *Libro jubilar en homenaje al profesor Antonio Gil Olcina*, ed. Jorge Olcina y Antonio Manuel Rico. Alicante: Ediciones de la Universidad de Alicante, 367-394.
- Rico Amorós, Antonio Manuel, Jorge Olcina Cantos, Carlos Javier Baños Castiñeira, Xavier Garcia Acosta y David Saurí Pujol. 2019. «Declining water consumption in the hotel industry of mass tourism resorts: Contrasting evidence for Benidorm, Spain». *Current Issues in Tourism* 23(6): 770-783.
- Rico-Amorós, Antonio Manuel, Jorge Olcina-Cantos y David Saurí Pujol. 2009. «Tourist land use patterns and water demand: Evidence from the Western Mediterranean». *Land Use Policy* 26(2): 493-501.
- Rico-Amorós, Antonio Manuel, David Saurí Pujol, Jorge Olcina-Cantos y José Fernando Vera-Rebollo. 2013. «Beyond megaprojects? Water alternatives for mass tourism in coastal Mediterranean Spain». *Water Resources Management* 27: 553-565.
- Swyngedouw, Erik y Joe Williams. 2016. «From Spain's hydro-deadlock to the desalination fix». *Water International* 41(1): 54-73.
- Villar Navascués, Rubén Alejandro. 2019. *Sistemas de suministro y tendencias de consumo de agua urbano-turístico en los municipios litorales de Alicante (2000-2017)*. Tesis doctoral. Universidad de Alicante.
- Villar Navascués, Rubén Alejandro, María Hernández Hernández y Antonio Manuel Rico Amorós. 2020. «¿Recuperación económica o incremento de la desigualdad urbana? Tendencias de consumo y percepción del precio del agua en los hogares del litoral de Alicante». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 87. <https://doi.org/10.21138/bage.2994>.
- Villar Navascués, Rubén Alejandro, Sandra Ricart Casadevall, Salvador Gil Guirado, Antonio Manuel Rico Amorós y Ana Arahetes Hidalgo. 2020. «Why (Not) Desalination? Exploring Driving Factors from Irrigation Communities' Perception in South- East Spain». *Water* 12(9): 2408.
- Yoon, Hyerim, David Saurí Pujol y Antonio Manuel Rico Amorós. 2018. «Shifting Scarcities? The Energy Intensity of Water Supply Alternatives in the Mass Tourist Resort of Benidorm, Spain». *Sustainability* 10(3): 824.

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS EN LA ESCALA LOCAL. APLICACIÓN EN EL MUNICIPIO DE GUARDAMAR DEL SEGURA (ALICANTE)

ROSARIO NAVALÓN-GARCÍA

Universidad de Alicante

Palabras clave: planificación turística, recurso turístico, inventario, jerarquización, metodología.

Keywords: tourism planning, tourism resource, inventory, hierarchical ranking, methodology.

1. INTRODUCCIÓN

Son numerosas las propuestas metodológicas que sintetizan el proceso de planificación territorial turística a partir de distintos enfoques y métodos (OMT 1978, OEA 1978, Acerenza 1984, Gunn 1988, López Olivares 1998, Boullón 2006; Vera Rebollo, López Palomeque, Marchena Gómez y Anton Clavé 2011; Anton Clavé, Fernández Tabales y González Reverté 2008, entre muchos otros). En todas ellas está presente el estudio de los recursos turísticos, como elementos que motivan el desplazamiento de la demanda, y su análisis

sistemático constituye de forma expresa una fase de trabajo previa al diagnóstico de la situación y a la formulación de objetivos y estrategias de futuro en el área de trabajo. De hecho, como analiza Arnandis i Agramunt (2018) casi de forma generalizada, esta fase se plantea en las etapas iniciales de la metodología propuesta. En ellas es una constante la argumentación sobre la necesidad de realizar un análisis exhaustivo, sistemático y ordenado de los recursos del área que se planifica. Este se concreta en forma de inventario que se considera de forma generalizada el instrumento básico para recoger, clasificar y recopilar la información sobre los valores, o vocación del territorio.

Desde la década de los años setenta, con el inicio del turismo de masas que implica una mayor preocupación por la puesta en marcha de proyectos de desarrollo turístico y la planificación de las potencialidades del territorio, se definen diversas propuestas metodológicas para el diseño de inventarios con fines turísticos. Entre ellas cabe citar las aportaciones de Burkart y Medlik (1986), Gunn (1988) o Nusser y Goebel (1997), entre muchas otras. Las más destacadas y utilizadas en el entorno iberoamericano son las vinculadas a organismos internacionales como la Organización de Estados Americanos (1978), a través del Centro de Investigación y Capacitación Turística (CICATUR) o la Organización Mundial del Turismo (1978), y los trabajos de Leno Cerro (1991, 1992, 1993), junto a algunos más recientes que beben de estas fuentes (Viñals Blasco, Morant González y Quintana 2011; López Olivares 1998 y 2014; Camara, Gómez Ortega y Morcate Labrada 2019, entre otras).

A pesar de que se reconoce la relevancia de esta fase en el proceso de planificación, la cantidad de propuestas y referencias que específicamente se centran en la metodología para el análisis de los recursos de atracción turística no es tan abundante. En buena parte de los casos, los planteamientos metodológicos recogen indicaciones sobre el modo de proceder en la tarea de inventariado para la recopilación ordenada y funcional de datos clave sobre los elementos de atracción turística. Se incluyen en éstos recomendaciones sobre los bloques básicos de información que deberían incluirse, desde la identificación y clasificación de los recursos que permitan la comparativa entre iguales, hasta los ítems de descripción más adecuados y la incorporación de variables que permitan la valoración de estos.

No obstante, al margen de que puedan definirse pautas generales para la recopilación de la información y su organización operativa, parece evidente que para cada espacio y cada proyecto de planificación debería plantearse una estructura adaptada a la naturaleza y especificidad territorial y temática de cada región para el diseño de la unidad (o ficha) de captación de la

información del inventario. Sin embargo, resulta hasta cierto punto frecuente que se empleen modelos repetidos que recogen información meramente descriptiva y, en ocasiones, poco relevante en relación con el tipo de espacio que se analiza o con la función o tipo de actividad potencial.

El inventario de recursos turísticos es una herramienta para identificar y diagnosticar las capacidades del territorio con el fin de valorar el lugar, modo y momento en que se ha de producir el posible desarrollo turístico. Por ello, se puede afirmar que el inventario es el medio para entender la vocación turística del territorio (Leno 1991) –lo que está llamado a ser–, y también permite entender la amplitud e idoneidad (Viñals Blasco, Morant González y Quintana 2011) del uso social que se le ha de asignar, en función de la fragilidad y grado de estructuración de los recursos. Ello implica que esta herramienta debería estar en constante actualización para que puedan incorporarse nuevos ítems al listado de análisis, según las preferencias de la demanda o de la coyuntura del área que se planifica, para así resultar útiles y operativos. El inventario debería ser un instrumento vivo, capaz de reflejar el estado de los elementos de atracción del área que se planifica.

A tenor de lo expuesto parece evidente que el verdadero valor del inventario de recursos estriba en que la recopilación de datos ofrezca información suficiente y veraz que permita la toma de decisiones. Sin embargo, en una parte importante de los documentos de planificación consultados, el inventario se cierra una vez acabada la fase de recopilación, como si se tratara de un fin en sí mismo o un documento descriptivo estático, y no un instrumento para el análisis, la ponderación, reconocimiento y evaluación de las fortalezas o carencias del territorio. La verdadera funcionalidad del inventario se obtiene cuando este se completa y comienza la valoración de los recursos en sí mismos, así como la comparación con el resto de los elementos de atracción que han sido objeto de análisis.

Al hilo de la cuestión, si la identificación de trabajos sobre planificación territorial del turismo que incorporaban detalle sobre la tarea del inventariado de recursos «la materia prima del turismo» según Leno Cerro (1991), resulta escueto respecto al conjunto; mucho más magra es la nómina de aportaciones en las que se describe con suficiente detalle la evaluación y valoración de los recursos de cara a la posterior planificación. No obstante, son de destacar las aportaciones metodológicas que describen procesos para la ponderación y jerarquización de recursos como los trabajos de Ferrario (1979); Álvarez Cuervo (1987), Leno Cerro (1992, 1993), Viñals Blasco, Morant González y Quintana (2011), Vejsbjerg (2013), López Olivares (2014); Navarro (2015), o Camara, Gómez Ortega y Morcate Labrada (2019), entre otros.



Mapa 1. Localización de Guardamar del Segura. Fuente: Elaboración propia a partir del Visor cartográfico de la Generalitat Valenciana

El presente trabajo describe el proceso de inventariado y, sobre todo, de valoración y evaluación de los recursos turísticos del municipio de Guardamar del Segura, situado en la costa meridional de la provincia de Alicante (España). Se trata de una localidad de apenas 35,58 km² y 16.138 habitantes (2022), en la que es de destacar la diversidad y calidad de elementos de atracción turística, tanto naturales como culturales, con notable potencial de desarrollo. A pesar de ello, puede ser caracterizado como destino tradicional de sol y playa, con una trayectoria desde la década de 1960 del siglo xx, y unos estándares de alta calidad ambiental y de vida. En los últimos años el municipio ha iniciado la revisión de su planificación turística bajo un enfoque estratégico y con el afán de desarrollar un plan de destino turístico inteligente, por lo que es conveniente la actualización de su inventario de recursos a partir de bases realmente operativas.

En este contexto el análisis del territorio como condicionante e impulsor de las acciones futuras permite reflexionar sobre la metodología más adecuada a las nuevas coordenadas de gestión turística sostenible, inteligente y participativa.

2. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL INVENTARIO

A partir de la consideración de que la noción de recurso es subjetivo, relativo y funcional (Leno 1992; Pulido Fernández, De la Calle Vaquero y Velasco González 2013, Cañas Martí y Arnandis i Agramunt 2014), una de las primeras cuestiones es la definición del concepto de recurso al que se alude en cada propuesta. En este caso, se consideran como tal los elementos materiales o inmateriales susceptibles de generar flujos turísticos y que son capaces de satisfacer mínimamente las necesidades de los visitantes. De este modo, su valor no reside en su propia existencia o su naturaleza, sino en su utilidad, desde el punto de vista turístico (Blanco Romero et al. 2021).

Dado que el objetivo es realizar una valoración del estado actual de conservación y estructuración de los recursos turísticos del municipio de Guardamar del Segura y de la capacidad de responder a las necesidades de la demanda actual y potencial, como base para la toma de decisiones en la planificación, se tomaron en consideración solo los elementos del área que ya resultan atractivos para la demanda turística. Según Zimmermann (citado

en Leno 1991) un recurso no se define por su propia naturaleza, sino por su cualidad de satisfacer una necesidad. Así pues, se analizaron aquellos elementos en los que se reconoce la capacidad de originar interés para un uso lúdico, cultural o recreativo, en el momento actual o de forma incipiente, bien por su propia naturaleza o por las actividades que en ellos se pueden realizar, o bien porque se sitúan próximos a otros elementos de atracción. Además, según la OMT (1978), al margen de la existencia de atractivo, para su consideración como recurso turístico es preciso que en ellos se dé una transformación humana para su adaptación a la actividad turística (Cañas Martí y Arnandis i Agramunt 2014), por lo que este aspecto será uno de los focos de interés en el análisis de estos elementos.

Según lo expuesto, la elección de ítems se realiza teniendo en cuenta la capacidad inicial para generar visitas y su idoneidad para el desarrollo de propuestas en el corto y medio plazo. De este modo, aunque en el municipio se puede identificar un importante número de elementos patrimoniales que merecen atención desde el punto de la investigación histórica, cultural y natural, en el proceso de inventariado y ponderación se tomaron en consideración un total de 60 recursos de distinta naturaleza (cultural o natural, tangible o intangible), distribuidos por el municipio. Todos ellos responden al concepto ya definido de recurso turístico como patrimonio utilizable.

3. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DEL INVENTARIO

El análisis y evaluación del potencial del área implica la voluntad de comparar entre los distintos elementos, de forma que sea posible la priorización de acciones y la toma de decisiones en torno a estos. Para lograrlo es necesaria su clasificación según su naturaleza y funcionalidad y la elección del modo más adaptado al territorio que se planifica. En este caso se opta por una solución híbrida entre la propuesta de la OEA-CICATUR (1977) y López Olivares (1998) dada la variedad local de elementos del municipio. Estas han sido actualizadas y adaptadas a partir de cuatro categorías temáticas, concretadas además en varios niveles de tipos y subtipos (recursos naturales o paisajísticos; recursos histórico-culturales, etnológicos y artísticos; equipamientos de ocio y turismo; recursos vinculados al acervo cultural). Aunque en este caso se ha adaptado solo en parte la propuesta de clasificación, es preciso advertir que, en no pocas ocasiones, se ha de plantear una clasificación de recursos *ad hoc* que sea capaz

de recoger la especificidad de los elementos según su naturaleza cuando se trata de análisis temáticos específicos.

Por otra parte, también referido a la cuestión de las clasificaciones de recursos, resulta conveniente que puedan plantearse en el inventario la combinación con otras propuestas de índole funcional, como las planteadas por Burkart y Medlik (1986) o Gunn (1988). Según estas, es posible distinguir también a partir de los rasgos básicos de recursos capaces de generar estancia turística de cierta duración (*destination attractions*), que suponen el 21 % de los recursos del municipio, y los más idóneos para las visitas puntuales propias de un turismo itinerante (*tourist attractions*), que afectan al 79 % restante y que reúnen características más adecuada para propuestas combinadas y para la creación de rutas. Todo lo cual conlleva implicaciones directas en la planificación territorial, cuestión que se ha de reflejar en la evaluación de los servicios que han de estar presentes, así como en la tarea de comparación y jerarquización.

Al hilo de la cuestión, cabe señalar que el diseño de la ficha tipo de análisis debe plantearse con estructura diferente según se trate de recursos tangibles de incidencia territorial, o los vinculados al acervo popular; dado que su carácter intangible requiere una selección de ítems de análisis en la que se aligeran aspectos materiales y se incorporan otros relacionados con la carga simbólica, por ejemplo.

Por otra parte, con el fin de que los resultados del análisis proporcionen argumentos claros para la toma de decisiones y la priorización de acciones en el territorio, es conveniente la zonificación del área de trabajo, de forma que sea posible la agrupación de los elementos de atracción en función de las características del territorio. En este caso, se plantea la distinción de cinco áreas diferenciadas: el espacio litoral, área urbana, elevaciones del terreno (lomas), entorno, finalmente, del Parque Natural de las Lagunas de Torrevieja y la Mata en el municipio y área del campo (espacio agrícola). El resultado de la evaluación por áreas permite la consideración de acciones de conjunto, a partir de rasgos que puedan ser comunes para los recursos asignados a cada espacio.

La combinación de ítems temáticos (clasificación, tipos y subtipos) y de su tratamiento por zonas hace posible plantear, por ejemplo, la idoneidad de trabajar la creación de rutas y productos de naturaleza patrimonial en aquellos lugares que presentan una mayor masa crítica de determinado tipo de recursos para explorar y estudiar posibles combinaciones. Así, por ejemplo, en este caso, resulta relevante el número (y calidad) de recursos vinculados a

distintos yacimientos arqueológicos en la zona litoral, que haría recomendable el planteamiento de acciones conducentes a la creación de propuestas de arqueoturismo. Del mismo modo, la densidad y variedad de recursos vinculados al río Segura a su paso por el municipio, permite explorar la creación de propuestas turísticas articuladas en forma de rutas, tanto a partir de los elementos vinculados a obras técnicas y de ingeniería para la regulación del riego, aprovechamiento y control del agua, como para la interpretación del curso bajo del río y su desembocadura, de innegable atractivo desde el punto de vista del patrimonio natural y paisajístico.

4. CRITERIOS PARA LA VALORACIÓN INTRÍNSECA DE LOS RECURSOS

La identificación y agrupación por categorías supone el inicio del proceso que permitirá conocer los rasgos fundamentales de cada recurso, con el fin de comprender su valor intrínseco y su capacidad de satisfacer las necesidades de la demanda en el momento en el que se realiza el estudio. Esta base orientará la valoración relativa de los mismos por comparación entre iguales, lo que permitirá posteriormente la jerarquización de actuaciones en diversas líneas. Con este objetivo se desarrolla el estudio sistemático y ordenado de los recursos a partir de un segundo grupo de ítems del inventariado que corresponde a la descripción de sus valores, desde el cual se permitirá conocer mejor la situación en que se encuentran atendiendo a sus atributos propios.

La mayoría de las propuestas de inventario revisadas focalizan el análisis en aspectos formales. Sin embargo, consideramos que atender a cuestiones funcionales y operativas relacionadas con el modo en que se usan los recursos resulta de mayor interés y utilidad.

Así, siguiendo este enfoque, algunos de los ítems de análisis del valor intrínseco en esta propuesta son los siguientes: la propia naturaleza y significado del recurso, el balance de la accesibilidad externa e interna del mismo, la presencia de elementos para la accesibilidad intelectual, la adecuación a la visita y disfrute para personas con discapacidad, el estado de estructuración de servicios de atención al visitante, la señalización direccional e interna, el empleo de la interpretación del patrimonio, el calendario y horario de uso, la modalidad de entrada, la presencia de visitantes, la duración de la visita, la descripción de las actividades que en ellos se realizan, así como su inclusión en rutas y productos ya existentes.

El objeto de esta tarea no es tanto recopilar todos los datos existentes en torno a los elementos de atracción, sino identificar la situación de partida y así poder aquilatar las debilidades y fortalezas de cada elemento. Tomando como base la información recabada, tratada tanto de forma individual como conjunta, será posible definir las potencialidades para el desarrollo de propuestas de activación, así como identificar los futuros vectores de desarrollo, a partir de la definición de nuevos productos, en función de la vocación turística que ofrece el territorio. Así pues, con esta labor se recogen los argumentos para la valoración base de los recursos y se obtiene información sobre variables clave que orienten la toma de decisiones y la priorización de acciones concretas; por ejemplo, en torno a posibles mejoras de señalización, accesibilidad, interpretación o ampliación del calendario u horario de apertura. También se generan argumentos para la selección de los recursos que han de ser dinamizados y activados, así como para identificar las acciones más convenientes para el territorio en cada zona del municipio.

5. CRITERIOS PARA LA VALORACIÓN RELATIVA

Reconocer el valor intrínseco de los recursos constituye el primer paso para analizar el potencial turístico del área que se planifica, pues identifica y analiza los elementos de tracción que son de interés para una demanda que ya está presente en el territorio o de las personas que potencialmente lo valorarán a partir de distintos argumentos. No obstante, conviene recordar que el inventario es una herramienta para la planificación. Por tanto, ha de ser capaz de evaluar los elementos de atracción y guiar la jerarquización de estos para la posterior toma de decisiones, verdadera razón de ser de esta tarea.

El valor de un espacio no se mide por el número de recursos turísticos que en él se encuentren, sino por la calidad de estos y la capacidad de generar satisfacción en los visitantes (Ferrario 1979, Leno 1991), en función del uso recreativo potencial. Partiendo de esta base, en una tercera fase del proceso de inventario conviene incorporar criterios para llevar a cabo una valoración recreativa y relativa de los recursos. Las propuestas metodológicas para hacerlo son escasas, como también lo es la descripción de los criterios de evaluación (Viñals Blasco, Morant González y Quintana 2011), teniendo en cuenta la diversidad en la naturaleza de los recursos (naturales o culturales, tangibles e intangibles) y la dificultad para establecer variables objetivas.

A pesar de la escasez de referentes, para el caso de análisis del potencial de los recursos de Guardamar del Segura se propone una serie de criterios y una valoración sistemática que permita la comparación y la posterior jerarquización, a partir del trabajo de campo y de la comprobación directa del modo en que se aprovechan estos elementos o en que se ofrece el servicio.

Con el ánimo de objetivar, en la medida de lo posible, estas valoraciones se propone la evaluación de cada ítem a partir de una puntuación entre 1 y 5 puntos; de modo que el 1 es el de menor valor y 5 el más favorable. Se plantea la excepción de los criterios de fragilidad o estacionalidad que se califican de modo inverso asimilándolos, para el primer caso con la capacidad de carga de visitantes, sin que se produzca un efecto negativo y, para el segundo criterio, con la disponibilidad de uso temporal. Se muestra en la tabla 1 el detalle del modo en que se han valorado cada uno de los criterios.

Tabla 1. Síntesis de la valoración de los recursos

Criterio	Detalle de la valoración
Valoración del recurso	Atractivo de gran interés (5) De interés turístico Recurso complementario Sin interés turístico actual (1)
Estado de actual de conservación	Muy buena (1) Buena (4) Regular (3) Mala (2) Muy mala (5)
Fragilidad (posibilidad de deterioro por el uso público)	Muy elevada (1) Elevada (4) Regular (3) Baja (2) Inexistente (5)
Singularidad (único en ese espacio)	Guardamar del Segura (1) Comunidad Valenciana (2) España (3) Europa (4) Mundo (5)
Valor intrínseco: importancia Grado de estructuración del servicio turístico	Presenta todo tipo de servicios y adaptados (5) Presenta servicios, pero no adaptados (4) Presenta algunos servicios al público (3) Presenta unos servicios muy reducidos (2) No presenta servicios (1)

Criterio	Detalle de la valoración
Notoriedad / popularidad Web, blogs, redes sociales, o material publicitario. Conocido en el municipio	Presencia en medios de ámbito internacional (5) Presencia en medios de ámbito nacional (4) Presencia en medios de ámbito regional (3) Presencia en medios de ámbito local (2) No está presente en medios y no es conocido (1)
Vinculación con la identidad local	Imprescindible en la identidad local (5) Muy presente en la identidad local (4) Ligado a la identidad local (3) Apenas ligado a la identidad local (2) Nada ligado a la identidad local (1)
Estacionalidad/ Disponibilidad de uso	Abierto 365 días (5) Abierto 5-6 días por semana (4) Abierto estacionalmente o < de 3 días por semana (3) Abierto puntualmente por efeméride (2) Siempre cerrado (1)
Modalidad de entrada	Inaccesible por propiedad privada (1) Inaccesible o paso por reserva y pago caro (2) Inaccesible con paso por reserva y gratuito (3) Accesible, pero con pago (4) Acceso gratuito (5)
Concentración de recursos similares en Guardamar; Recursos similares para conformar producto	Varios en Guardamar del Segura (5) A 25 km de distancia (4) A 50 km de distancia (3) A 100 km de distancia (2) A 150 km de distancia (1)

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se describe el sentido de cada uno de los criterios, junto a la síntesis de los resultados del análisis aplicado al municipio de Guardamar del Segura, con distinción de la valoración aplicada de forma diferenciada, a recursos tangibles e intangibles.

5.1. Valoración del recurso

Es habitual que este concepto se encuentre en numerosos inventarios tomando como referencia la escala de valoración de los recursos de CICATUR-OEA (1977), que se manifiesta con la denominación de «Jerarquía primaria» de los recursos (Álvarez 1987). Suele presentarse en relación con la singularidad de cada recurso en términos geográficos con una escala de 5 a 1, la cual alude a recursos que suponen un atractivo excepcional y de gran significación en el mercado turístico internacional para el máximo valor (5), que asigna la jerarquía 1 para los recursos que no presentan méritos suficientes para ser considerados en el mercado interno. Este planteamiento puede resultar idóneo para su aplicación en áreas de gran dimensión y complejidad, por ejemplo, de ámbito regional; pero su aplicación en un espacio de escala local pierde sentido, pues la inmensa mayoría de los recursos no alcanzan jerarquías de rango internacional o nacional, e incluso regional. Por esta razón para la aplicación del concepto a la escala local y al municipio de Guardamar, el criterio «Valoración» se plantea con un alcance más limitado, desde los recursos que poseen gran interés y que justifican desplazamientos de larga distancia (5), o de alcance regional (4), hasta la consideración de elementos sin apenas interés turístico actual (1), aunque sí poseen un uso recreativo para la población residente.

Teniendo en cuenta esta escala, tan solo el 8,5 % de los recursos de Guardamar recibe la calificación de gran interés y justifica desplazamientos internacionales; un 31,9 % se refiere a atractivos para el ámbito regional, pero un 38 % se califican como recursos complementarios (que precisan de la combinación con otros elementos para producir desplazamientos turísticos). Las cifras varían cuando se refieren a los recursos intangibles del acervo cultural, mucho menos relevantes; de modo que ninguno logra la máxima valoración. Se pueden considerar de interés para un mercado nacional en torno al 30 % de los elementos, pero más del 53 % solo es capaz de atraer a una demanda de proximidad, como complemento a otros elementos

de atracción del patrimonio tangible. Además, el 15 % no presenta interés para justificar desplazamientos para un público no local.

El balance respecto a este criterio es que, tanto en los elementos tangibles como intangibles, predominan los recursos complementarios. Esto denota lo que denota la necesidad de abordar la planificación para la creación de productos que aporten valor añadido y que, combinando diversos recursos, logren incrementar su capacidad de atracción y su valoración global.

5.2. Estado de conservación actual

Se refiere a la actual situación de conservación de los valores materiales del recurso, por lo que se aplica solo a los recursos tangibles con presencia territorial. Supone otro componente de relevancia para el uso recreativo y turístico, pues los elementos destruidos o degradados de forma irreversible difícilmente podrán ser incorporados en iniciativas de dinamización turística. Señalan Viñals Blasco, Morant González y Quintana (2011) que en el valor asignado a este criterio en concreto se ha de considerar también el estado en que se encuentran los recursos y espacios colindantes, pues la mirada del visitante difícilmente separa la percepción de los recursos de atracción respecto del conjunto, que es el que genera finalmente y de forma integrada la satisfacción.

Para el caso de Guardamar, en términos generales presenta una calificación muy positiva, pues al sumar el nivel de conservación Buena y Muy buena se supera el 50 % de los recursos, y tan solo un 6 % presenta un mal estado de conservación. Estos datos muestran que en el municipio se vienen desarrollando proyectos de recuperación y rehabilitación, por lo que se recomienda seguir en la misma línea de conservación y mejora.

5.3. Fragilidad

Este aspecto se relaciona con la vulnerabilidad y falta de capacidad para soportar impactos externos a su propia dinámica, generalmente de naturaleza antrópica. Con este ítem se valora la resistencia que presentan los recursos para recibir visitas sin que la conservación del elemento se vea afectada

y sin que la experiencia de las personas que se desplacen al lugar sea negativa. En cierto modo, se trata de un concepto próximo al de capacidad de carga de los recursos; pero en este caso no se han realizado mediciones de tipo ambiental o perceptual, sino que se ha asignado un valor en función de la amplitud y dimensión del recurso, y de la capacidad de resistir la frecuentación turística sin que se produzca un deterioro o una percepción negativa que pueda generar insatisfacción. Tras el estudio, el balance global para este criterio es positivo, con una resistencia destacable para el 23 % de los recursos. Además, presenta valores buenos o medios para el 66 % de los elementos analizados. Se ha de tener en cuenta, no obstante, que más del 10 % presentan una fragilidad que es preciso tener en cuenta de cara a su posible activación e inclusión en productos turísticos.

5.4. Singularidad

Puede definirse como la condición de ser únicos o irrepitibles en el área de estudio. Desde el punto de vista del mercado turístico, condicionado por una fuerte competencia entre destinos, el planteamiento de estrategias de diferenciación puede suponer la clave para mejorar la visibilidad y posicionamiento de un municipio en el panorama global. Esta es la razón para que esta se considere una de las variables clave que más claramente repercute en la asignación del valor actual y futuro de los recursos. Se trata de un rasgo que les permite destacar entre elementos de similar naturaleza, y otorgan una ventaja comparativa a unos elementos respecto a otros, que puede ser aprovechada para conformar nuevos productos singulares o únicos, que generen ventajas competitivas. Las valoraciones se asignaron según si se trata de un recurso único en el propio municipio, singular en el contexto de la provincia, o en la comunidad autónoma, hasta llegar al nivel mundial.

Para el caso que nos ocupa destaca la presencia de un recurso excepcional, que se puede considerar único en el mundo: la Rábita califal. A éste se añaden otros elementos igualmente destacados, calificados como recurso de interés a nivel nacional, y que se refieren a otros yacimientos arqueológicos cercanos, como la Fonteta, así como al singular sistema dunar de Guardamar. Según este criterio todos estos recursos deberían ser objeto de máxima atención desde el punto de vista de la generación de producto; por tanto, también en la promoción exterior de los elementos de atracción turística.

A pesar de su calidad, la mayor parte de los recursos de Guardamar, cerca del 70 %, no son singulares. Por esta razón, la propuesta de planificación ha de pasar por la combinación de varios de los elementos de menor peso, o por su dinamización de forma individualizada, apoyados por otros recursos complementarios para incrementar su capacidad de llegar al mercado.

Cuestión similar ocurre con los recursos intangibles del municipio, que presentan de forma generalizada un valor discreto en casi el 70 % de los elementos analizados. No obstante, aunque se identifica un valor destacado en tres elementos que no se han encontrado en ningún otro lugar, como es el caso del sistema de venta callejera de la «Saranda», que merecería igualmente una especial atención.

5.5. Grado de estructuración del servicio en los recursos

A pesar de que los recursos generan un interés intrínseco por su naturaleza o aspecto, lo cierto es que la simple existencia de un recurso turístico no tiene por qué generar satisfacción de forma directa. Algunos autores denominan a este criterio «factibilidad» y lo relacionan con la idoneidad del recurso para que sea posible el desarrollo de actividades recreativas. Para que la experiencia turística en el entorno del recurso sea positiva, es preciso que exista una adecuación inicial que hace viable llegar y acceder al lugar. A la condición de accesible se ha de unir la existencia de información y servicios suficientes que permitan la interpretación del significado de los valores del patrimonio y que, además genere interacción o experiencias, etc. Es decir, que en este criterio se valora que el recurso presente una estructura de servicios que lo aproxime al concepto de producto turístico.

Teniendo en cuenta la complejidad de esta característica se ha otorgado la máxima puntuación a aquellos recursos que ya presentan los servicios necesarios para la visita turística y que, además, están adaptados para personas con discapacidad (de diverso tipo). De este modo, el mínimo valor se otorga a los recursos que no presentan servicios.

El resultado global de esta variable para el área de estudio no es muy favorable para el conjunto de recursos analizados. De hecho, tan solo un 12,8 % de elementos presenta una correcta provisión de servicios (aunque no se encuentre en ellos la adaptación a distintos tipos de discapacidad visual, auditiva o cognitiva, más allá de la adecuación a la discapacidad motriz). Al

margen de esto, solo un 25 % está abierto al público con algunos servicios, un 23 % los presenta muy limitados y un 38 % no presenta servicios. El balance evidente es que en este criterio existe un amplio margen de mejora en la estructuración de servicios que transforme los recursos en una oferta turística solvente capaz de responder a las necesidades de la demanda.

5.6. Notoriedad y popularidad de los recursos

La popularidad de un elemento, derivada de aspectos ligados a la tradición, a las modas o a la presencia de personas o acciones que promueven y logran una mayor visibilidad, puede hacer que determinados recursos, aunque no sean excepcionales o no presenten un gran desarrollo de servicios, posean una gran notoriedad en la sociedad local y en los visitantes del área. Las razones que explican esa popularidad pueden ser varias: la singularidad o rareza, el hecho de que sea muy conocido por razones históricas o de actualidad, la cercanía a centros de interés, etc. Al margen de estas cuestiones que repercuten en la valoración de este criterio, el hecho de que un recurso esté presente en medios de comunicación de rango nacional o internacional, resulta de interés para valorar la idoneidad de planificar en éstas actuaciones de valorización turística, pues el impacto generado en esa inversión será mayor.

El análisis de este atributo de «Notoriedad» en el municipio de estudio, tanto en recursos tangibles como intangibles, arroja una valoración de nivel medio o bajo, con claro predominio de los recursos que apenas son conocidos (17 % y 15 % respectivamente), que están presentes en los medios promocionales y de información en el nivel local (42 %-46 %) o regional (31 %-38 %), y prácticamente nada a escala nacional o internacional.

5.7. Vinculación con la identidad local

La argumentación para calificar la vinculación con la identidad local es similar a la expuesta para el rasgo de Notoriedad y Singularidad, pues la vinculación emocional con lo local puede contribuir a afianzar una imagen diferenciada, que resulte de utilidad en la definición de nuevas propuestas

de dinamización turística del patrimonio local. En este criterio se contempla que un recurso ofrezca o permita una vinculación con la identidad del pueblo, con su historia, sus costumbres, o con la imagen percibida por los propios lugareños y sus visitantes. Obviamente, se trata de un concepto subjetivo y abstracto, por lo cual para valorar este ítem se ha contado con la participación de algunas personas de la población, además de la consulta de las imágenes que más se repiten en el material promocional en los medios locales.

En este caso se ha diferenciado también entre los recursos tangibles y los propios del acervo cultural de Guardamar del Segura. En los elementos relacionados con el territorio, los valores indican que no es muy destacada la vinculación identitaria de la mayoría, pues casi el 50 % de los casos apenas está ligado a ella, y un 29 % presenta una conexión débil.

Como era de esperar ocurre lo contrario con los recursos del patrimonio intangible que conectan con la gastronomía, el folclore y las fiestas locales. En este caso, más del 75 % de los recursos analizados están fuertemente vinculados a la identidad de Guardamar y son percibidos como singulares y propios del lugar.

5.8. Disponibilidad temporal de los recursos

Algunos autores denominan este criterio como Estacionalidad, pero entendemos que es más adecuado plantear el criterio de modo que quede claro que cuanto más amplio sea el tiempo de disponibilidad de los recursos para su disfrute por parte de los visitantes mayor será el valor asignado en este apartado. De este modo, en la evaluación de este ítem el máximo valor se otorga a aquel que sea visitable durante todo el año, pues con ello se incrementa el potencial para conformar posibles propuestas que sean capaces de satisfacer las necesidades de la demanda. Además, este argumento cobra mayor peso si se busca reducir el efecto estacional, que constituye uno de los rasgos propios de destinos litorales asociados al sol y playa, como Guardamar del Segura.

En este caso la valoración del concepto se otorga analizando el número de días que los recursos están disponibles para la visita. Por ello, aunque se considere *a priori* que las playas presentan limitaciones estacionales, lo cierto es que están abiertas y disponibles los 365 días del año. Otra cuestión es que su disfrute –de momento– se limite al uso del producto de sol y

playa, pero su potencial de uso permanece a lo largo de todos los meses, a la espera de propuestas creativas de dinamización otoñal o invernal de estos recursos.

Con estas aclaraciones, que son de aplicación también a los parques y yacimientos arqueológico de acceso abierto, teniendo en cuenta los rasgos climáticos del municipio de Guardamar propios de un clima mediterráneo seco, se explica que la evaluación mayoritaria para los recursos territoriales sea de una alta puntuación para casi el 64 % de los recursos.

Obviamente, ocurre lo contrario con los recursos asociados a festividades y acontecimientos programados del acervo cultural de Guardamar, que se producen en fechas concretas del año y que, por tanto, reciben una baja puntuación en este criterio. La excepción la ofrecen los productos vinculados a la gastronomía (la ñora y el langostino) y la venta tradicional de pescado en la calle (la Saranda). Por ello, a nuestro entender estos deberían ser más atendidos y potenciados para crear productos turísticos desestacionalizados.

5.9. Modalidad de entrada

Este atributo de valoración califica, de modo global, la sencillez para acceder los recursos de forma libre y gratuita. Así pues, se asigna la máxima puntuación a los elementos que se encuentran en espacio público y a los que se puede acceder sin restricciones o limitación de capacidad de carga. Tanto en el caso de los elementos de atracción tangibles como intangibles el municipio de Guardamar ofrece enormes facilidades para poder disfrutar de ellos. Así lo muestran los datos con más del 63 % y 61 % de los recursos con la máxima puntuación. En el caso de los recursos patrimoniales presentan la mínima puntuación los recursos que en la actualidad permanecen permanentemente cerrados.

5.10. Concentración de recursos

En este criterio se valora positivamente el hecho de que exista cierta concentración de recursos, pues con ello se incrementa la facilidad con la que se puede conformar una propuesta combinada de recursos. Se refiere al

número de elementos de naturaleza similar que hay en el entorno inmediato y cuya concentración permitiría la propuesta tematizada de una oferta turística articulada.

Los resultados obtenidos en Guardamar de Segura muestran cierta agrupación temática en torno a las playas. En ellas se encuentran tanto los elementos relacionados con el sistema dunar y el histórico proyecto para contener su avance a través de la repoblación forestal, junto a los yacimientos arqueológicos ubicados en el litoral. Todos ellos, por su complementariedad y proximidad, permiten un despliegue interpretativo global de enorme interés, que haría posible desarrollar propuestas de productos asociados

6. BALANCE DE RESULTADOS

Tal y como se ha expuesto a lo largo de estas páginas, en un proceso de planificación turística la recopilación de información del inventario es solo un medio para lograr el fin de reconocer las potencialidades del territorio y entender las necesidades a las que se ha de responder desde la planificación. La tarea del inventario es solo el primer paso, pues lo realmente relevante es la obtención de datos que permitan la comparación, la síntesis y, finalmente, la jerarquización de elementos que conduzcan a la acción.

En el actual contexto, el trabajo de planificación territorial turística, al igual que otras cuestiones de ámbito municipal, se ven condicionados por limitaciones en los recursos económicos y humanos de los que se puede disponer. Por ello, tiene lógica plantear un sistema de análisis que permita evaluar y establecer un orden de prioridades para su incorporación a un posible plan de inversiones.

Así pues, tras analizar el valor intrínseco de los recursos y su valor relativo, a partir de criterios que describen la situación actual y la viabilidad para desarrollar la actividad turístico- recreativa, se procede también a la cuantificación –de forma individual para cada recurso y por zonas– de los atributos de estudio, con el fin de obtener una tabla de valores que pudiera ser comparable y priorizable.

Para establecer la jerarquía de actuaciones se han tomado en consideración los criterios de valoración del inventario y se han combinado entre sí, de modo que otorguen a cada elemento un peso específico, según su capacidad de ofrecer un servicio en el momento actual o con una proyección de futuro.

De este modo, se ha realizado una combinación de atributos para describir el Valor Actual (VA) de aprovechamiento, a partir de los criterios de:

GA: Grado de aprovechamiento

GE: Grado de estructuración del servicio

SI: Singularidad

ES: Estacionalidad

ME: Modalidad de entrada

$VA = GA + GE + SI + ES + ME$

Por otra parte, se busca proyectar el Valor Potencial de los recursos teniendo en cuenta los criterios que mejor responden a las nuevas tendencias de la demanda. En ellos aspectos como la autenticidad, sostenibilidad y carácter vivencial tienen mayor peso; sin renunciar en ningún caso a los aspectos básicos de usabilidad.

Con esta finalidad se propone un valor potencial de aprovechamiento (VPA) a partir de los rasgos de:

GC: Grado de conservación

CA: Capacidad para resistir impactos

SI: Singularidad

CR: Concentración de recursos

IL: Identidad local

$VPA = GC + CA + SI + CR + IL$

Con el resultado de ambos cálculos se obtiene el Valor Global de cada recurso –actual, potencial y total–, cuyos resultados se ofrecen en forma de tabla y también con plasmación territorial en la cartografía realizada *ad hoc*.

Tabla 2. Síntesis de valoración de los recursos

Denominación	Valor actual	Valor potencial	Valor total = VA + VPA
Aljibe Vivero Viejo	7	12	19
Busto al ingeniero Francisco Mira	16	14	30
Cabezo Lucero	6	11	17
Cabezo Pequeño del Estaño	16	18	34
Carnaval	14	12	26
Casa Forestal Vivero Viejo	6	12	18
Casa Museo Ingeniero Mira	18	18	36
Casas de Babilonia	19	15	34
Caseta de elevación de la Comunidad de Regantes	7	12	19
Castillo de Guardamar y Baluarte de la Pólvora	15	16	31
Compuertas y Canal de Riegos de Levante	17	17	34
Dunas y pinada de Guardamar	20	17	37
Ermita de Ntra. Sra. del Mar	11	17	28
Ermita Vieja del Campo	10	15	25
Fiesta del Árbol	12	11	23
Fiestas de la Virgen del Rosario	15	13	28
Fiestas patronales de Sant Jaume	14	13	27
Gola y desembocadura del río Segura	17	17	34

Denominación	Valor actual	Valor potencial	Valor total = VA + VPA
Hogueras de San Juan	19	12	31
Iglesia parroquial de Santiago Apóstol	15	18	33
La Fonteta	20	16	36
La Saranda	13	12	25
Langostino	15	13	28
Lonja pesquera	16	18	34
Meandro del río Segura	14	12	26
Mirador del Montcaio	16	11	27
Molino y azud de San Antonio	9	14	23
<i>Monument a la llengua i cultura catalanes</i>	17	17	34
Museo Arqueológico, Etnológico de Guardamar	18	17	35
Navidad y Gigante Menjabollos	20	12	32
Noria del Boto	19	20	39
<i>Nyora</i>	16	13	29
Parque Alfonso XIII	22	21	43
Parque de la Ñora	17	16	33
Parque Natural de la Laguna de la Mata	22	13	35
Parque Reina Sofía	19	20	39
Paseo marítimo	19	18	37
Playa Babilonia	20	16	36

Denominación	Valor actual	Valor potencial	Valor total = VA + VPA
Playa Centro	18	18	36
Playa del Camp	20	18	38
Playa del Montcaio	20	18	38
Playa Els Tossals	18	15	33
Playa Els Vivers	17	17	34
Playa La Roqueta	19	18	37
Playa Les Ortigues	19	17	36
Puente de Hierro	17	15	32
Puerto deport. pesquero Marina Dunas	18	18	36
Ràbita Califal	20	16	36
Raboses	13	14	27
Representación Leyenda de La Encantá	19	16	35
Ruta de la tapa	13	13	26
Semana gastronómica de la ñora y el langostino	18	13	31
Semana Santa	16	10	26
Sierra de Molar	13	14	27
Torre de los Americanos	8	19	27
Torre del Descargador	17	13	30
Trinchera de la Rinconada	17	14	31
Vivero Viejo	9	13	22
Yacimiento Montcaio	20	14	34

Fuente: Elaboración propia.

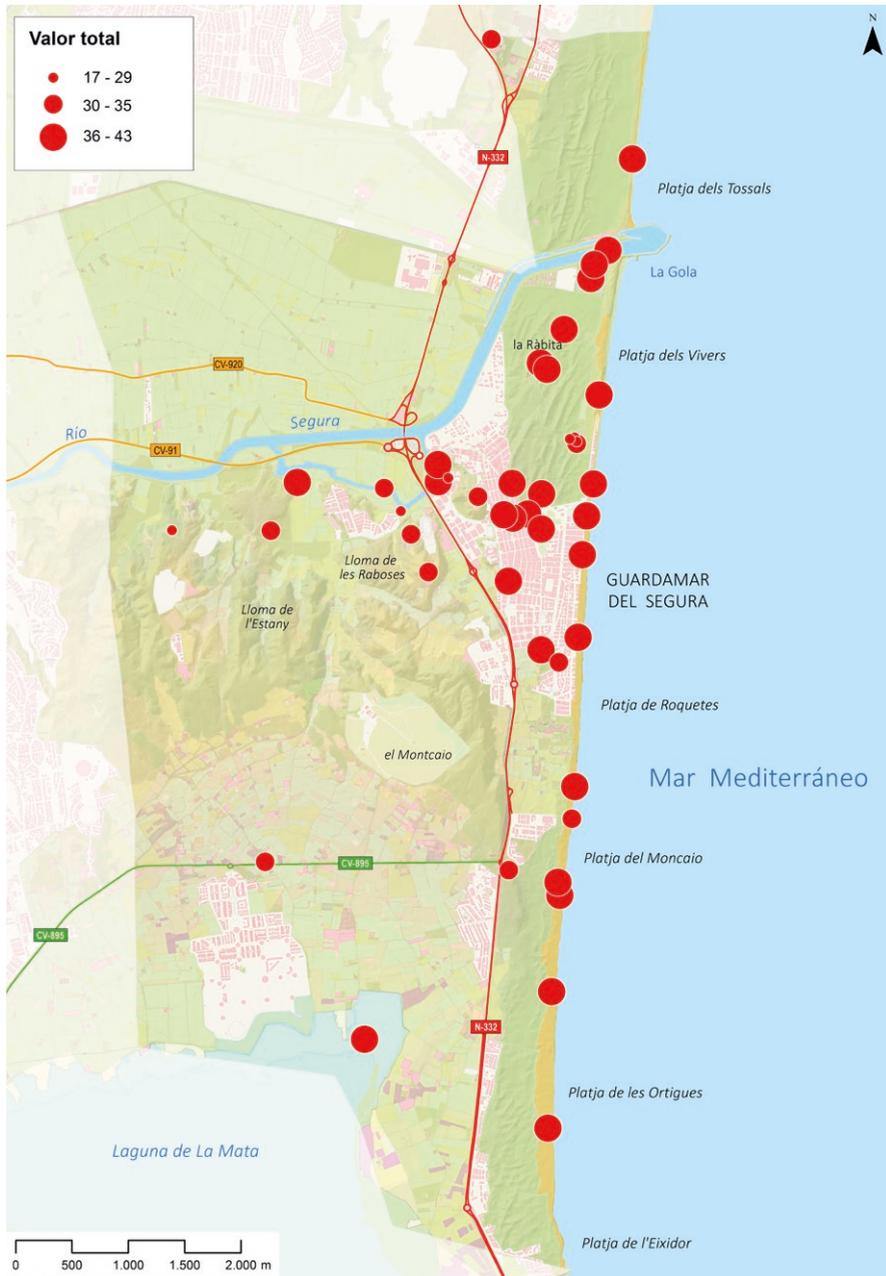


Figura 2. Valor total de los recursos de Guardamar del Segura.
Fuente: Elaboración propia

Tal y como muestra la tabla síntesis y la cartografía de conjunto, del total de 60 recursos merecen especial atención el 25 % de ellos, con datos destacados, tanto en su valor actual, como en las potencialidades identificadas y su valor global. Destacan de forma clara las playas del municipio, así como los recursos patrimoniales relacionados con la repoblación de las dunas y los parques situados en sus proximidades, fundamentalmente por tratarse de los recursos que ya poseen cierta estructura de servicios.

Desde el punto de vista de la localización territorial se ha de mencionar la concentración de recursos en el ámbito litoral, particularmente en el contexto donde el sistema dunar presenta mayor calidad y envergadura, así como en las playas y el puerto. Se identifican, asimismo, dos áreas de interés en el interior: el espacio del ensanche de Larramendi del centro histórico y, en menor medida, también en el área del río Segura que concentra recursos relacionados con el regadío y la huerta. Por otra parte, el predominio de los recursos de carácter natural, tanto en la zona de playas, como en las dunas, pero también en el curso bajo del río Segura marca una línea de especialización en torno a la calidad ambiental del municipio y su calidad de vida.

Desde el punto de vista de la argumentación para la interpretación del patrimonio se identifican dos líneas argumentales claras (y una complementaria) para el desarrollo de la interpretación del patrimonio. Por una parte, la importancia de las dunas para Guardamar del Segura, en distintos aspectos (naturaleza dunar, repoblación, y conjunto litoral). Por otra parte, la arqueología y la historia antigua del municipio como vector diferenciador respecto al resto de municipios de la comarca. De forma complementaria, el sector en torno al meandro abandonado del río Segura y del regadío, que presenta una concentración de recursos, en parte estructurados, que puede servir como eje interior de redistribución de los flujos turísticos locales.

REFERENCIAS

- Acerenza, Miguel Ángel. 1984. *Administración del turismo: Conceptualización y organización*. México: Trillas.
- Álvarez Cuervo, Raúl. 1987. «Jerarquización de los recursos turísticos». *Revista de Estudios Turísticos* 94: 77-100.
- Anton Clavé, Salvador, Alfonso Fernández Tabales y Francesc González Reverté. 2008. «Los lugares turísticos». En *A propósito del turismo:*

- la construcción social del espacio turístico*, coord. Salvador Anton y Francesc González. Barcelona: UOC.
- Arnandis-i-Agramunt, Rubén. 2018. «Una revisión a la planificación de los recursos: sobre los enfoques de evaluación y los modelos de adaptación al uso turístico». *Revista Investigaciones Turísticas* 15: 168-197.
- Blanco Romero, Asunción et al. 2021. *Diccionario de turismo*. Madrid: Cátedra.
- Boullón, Roberto C. 1998. *Planificación del espacio turístico*. México DF: Trillas.
- Burkart, Arthur J. y S. Medlik. 1986. *Tourism, past, present, and future*. Oxford: Heinemann, London.
- Camara, Charles Jean y Flora de los Ángeles Morcate Labrada. 2014. «Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France». *Arquitectura y Urbanismo* 35(1): 48-67.
- Camara, Charles Jean, Gabriela Gómez Ortega y Flora de los Ángeles Morcate Labrada. 2019. Instrumental para evaluar los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo* 40(1): 52-71.
- Cañas Martí, Laura y Rubén Arnandis-i-Agramunt. 2014. «Recurso cultural, recurso turístico y producto turístico. ¿Qué creó realmente el plan piloto de dinamización de producto turístico de Xàtiva (Valencia)?». *Papers de Turisme* 55: 65-83.
- Ferrario, Franco F. 1979. «The evaluation of tourist resources: An applied methodology». *Journal of Travel Research* 3: 18-22.
- Gunn, Clare A. 1988. *Tourism Planning*. 2.^a edición. Nueva York: Taylor & Francis.
- . 1994. *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. 3.^a edición. Washington: Taylor & Francis.
- Leno Cerro, Francisco. 1991. «Los recursos turísticos en un proceso de planificación: Inventario y evaluación». *Papers de Turisme* 7: 7-24.
- . 1992. «La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: El Canal de Castilla». *Estudios Turísticos* 116: 49-85.
- . 1993. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Dirección General de Política turística.
- López Olivares, Diego. 1998. *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Estudio práctico de un espacio de*

- desarrollo turístico incipiente: el Alto Palancia (Castellón)*. Col·lecció Manuals, 11. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- . 2014. *Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Estudio de casos*. Valencia: Tirant Humanidades.
- López Palomeque, Francisco. 2007. Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: Fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad* 8: 51-68.
- MacCannell, Dean. 1976. *The tourist: A new theory of the leisure class*. Nueva York: Schocken Books.
- Navarro, Diego. 2015. «Recursos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración». *Cuadernos de Turismo* 35: 335-357.
- Nusser, Sarah M. y J. J. Goebel. 1997. «The National Resources Inventory: a long-term multi-resource monitoring programme, Environmental and Ecological Statistics». *Springer* 4(3): 181-204.
- Organización de los Estados Americanos (OEA). 1978. *Metodología de inventario turístico en Quito*. Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico. México DF.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 1978. *Evaluación de los recursos turísticos*, Madrid.
- . 2020. *Desarrollo de productos*. Madrid.
- Pulido Fernández, Juan Ignacio, Manuel de la Calle Vaquero y María Velasco González. 2013. *Turismo cultural*. Madrid: Síntesis.
- Vejsbjerg, Laila 2013. «La importancia científica en la selección de atractivos turísticos patrimoniales. Una visión desde la espacialidad social». *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 17.
- Vera Rebollo, José Fernando (coord.), Francisco López Palomeque, Manuel Jesús Marchena Gómez y Salvador Anton Clavé. 2011. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Viñals Blasco, María José, Maryland Morant González y Rubén Quintana 2011. «Análisis de los criterios para la valoración turística del patrimonio natural. *Investigaciones Turísticas* 1: 37-50.

TURISMO RELIGIOSO Y ESPIRITUAL: IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS CAMINOS DE PEREGRINACIÓN HACIA CARAVACA DE LA CRUZ (REGIÓN DE MURCIA)

VÍCTOR RUIZ-ÁLVAREZ

Universidad de Sevilla

RUBÉN GIMÉNEZ-GARCÍA

CAYETANO ESPEJO-MARÍN

RAMÓN GARCÍA-MARÍN

Universidad de Murcia

RESUMEN

Los espacios religiosos (santuarios, templos o iglesias, entre otros) han conformado históricamente lugares de culto que atraen a multitud de personas. Estos espacios/infraestructuras se han ido convirtiendo en elementos cada vez más frecuentados por turistas que, pese a mantener un cierto lazo religioso, los visitan por sus evidentes rasgos histórico-culturales, estético-artísticos, e incluso paisajístico-naturales. El disfrute de este último aspecto está basado en la peregrinación por senderos o itinerarios naturales hacia lugares que, por unas razones u otras, cuentan con una elevada carga religiosa. Junto con los reconocidos trayectos que se dirigen a Santiago de Compostela (Camino de Santiago), España cuenta con otras rutas de peregrinación entre las que se encuentran las vinculadas con la Santísima Vera Cruz de Caravaca.

Entre los recorridos que desembocan en esta localidad santa (Caravaca de la Cruz), el presente trabajo trata de realizar un análisis preliminar sobre nuevos caminos de peregrinación surgidos en los últimos años con punto de origen en el interior oriental de Andalucía: «Camino de San Juan de la Cruz», «Camino de la Espiritualidad del Sur» y «Camino de Los Vélez». Igualmente, mediante opiniones/valoraciones de actores que han recorrido el itinerario de mayor implementación (Camino de San Juan de la Cruz), se pretende conocer tanto las causas o motivaciones que impulsan a la peregrinación, como el perfil del peregrino, su satisfacción con el recorrido, y otros aspectos de relevancia. La metodología empleada se basa en el estudio de las diferentes rutas, el análisis de fuentes estadísticas oficiales (web o centros estadísticos nacionales, regionales o municipales) y otras secundarias de distinta naturaleza, el trabajo de campo, las entrevistas realizadas a agentes implicados, las encuestas dirigidas a peregrinos, el examen de folletos, revistas, y el estudio evolutivo de la prensa regional. Los resultados desvelan que el Camino de San Juan de la Cruz es el de mayor implantación y afluencia de peregrinos. Cabe destacar que la escasa oferta de infraestructuras hoteleras es el aspecto peor valorado. Por tanto, se necesita un mayor apoyo institucional para lograr que estos recorridos cuenten con mayor desarrollo, visibilidad y mejoras en los puntos de descanso entre núcleos urbanos.

Palabras clave: Turismo, peregrinación, caminos, Caravaca de la Cruz.

ABSTRACT

Religious spaces (sanctuaries, temples or churches, among others) have historically been places of worship that attract a multitude of people. These spaces/infrastructures have become increasingly frequented by tourists who, despite maintaining a certain religious bond, visit them for their obvious historical/cultural, aesthetic/artistic and even scenic/natural features. The enjoyment of this last aspect is based on the pilgrimage along natural paths or itineraries to places which, for one reason or another, have a high religious significance. Along with the more than renowned routes that lead to Santiago de Compostela (Camino de Santiago), Spain has other pilgrimage routes, including those linked to the Santísima Vera Cruz de Caravaca. Among the routes that lead to this holy place (Caravaca de la Cruz), this paper attempts to carry out a preliminary analysis of new pilgrimage routes that have emerged in recent years with their point of origin in the eastern interior of Andalusia: “Camino de San Juan de la Cruz”, “Camino de la Espiritualidad del Sur” and “Camino de Los Vélez”. Along with this, through the opinions/evaluations of actors who have travelled the itinerary of greater implementation (Camino de San Juan de la Cruz), the aim is to know both the causes or motivations that drive the pilgrimage, as well as the profile of the pilgrim, their satisfaction with the route, and other aspects of relevance.

The methodology used is based on the study of the different routes, the analysis of official statistical sources (web or national, regional or municipal statistical centers) and other secondary sources of a different nature, fieldwork, interviews with stakeholders, surveys of pilgrims, the examination of brochures, magazines, and the study of the evolution of the regional press, among others. The results reveal that the Camino de la San Juan de la Cruz is the one with the greatest implementation and influx of pilgrims. It should be noted that the scarce supply of hotel infrastructure is the least valued aspect. Therefore, greater institutional support is needed to ensure that these routes have greater development, visibility, and improvements in the rest points between urban areas.

Keywords: Tourism, pilgrimage, routes, Caravaca de la Cruz.

1. INTRODUCCIÓN: MARCO TEÓRICO

En la actualidad, se tiende a considerar el turismo cultural como un objeto de producción y de consumo, por ello ya es común su análisis desde la demanda, el *marketing*, como imagen y marca de un destino, etc. (Morère 2017). Desde el enfoque territorial, apoyo y fundamento del turismo, se ha querido ver en el turismo cultural una oportunidad de desarrollo económico y social a través de la puesta en marcha de acciones sobre el patrimonio y otros atractivos culturales (Caravaca Barroso et al. 1996).

La marca turística de España, posicionada en los primeros puestos de los índices internacionales, constituye uno de los motores más importantes de la economía española, y cada vez más es el turismo cultural una trascendental categoría para ver crecer cada año los registros de turistas (Prieto 2015). En este sentido, la mejora de la imagen del patrimonio histórico cultural y del resto de servicios culturales constituye un factor esencial del desarrollo local (Bigné Alcañiz, Sánchez y Sánchez-García 2001, Bigné 2005).

Por otra parte, el potencial turístico adquiere cada vez una mayor importancia como motor dinamizador de numerosas zonas rurales que, inmersas en una profunda crisis económica y social, disponen de un enorme patrimonio natural y cultural (Ivars 1997, Andrés 2000, Aparicio 2004; Andrade Suárez, Leira Landeira y Caramés Valo 2010, García-Marín 2011). Asimismo, los viajes turísticos por motivación religiosa o espiritual (Norman 2011) se han popularizado de tal manera que constituyen un segmento importante del turismo internacional (Timothy y Olsen 2006, Margry 2008, Norman y Cusack 2015, Sousa et al. 2017).

Los términos *turismo religioso* y *de peregrinación* son bastantes similares. No obstante, se pueden destacar algunas diferencias. Por un lado, el turismo religioso hace hincapié en los lugares de culto, mientras que el turismo de peregrinación plantea la vinculación entre unos lugares religiosos y otros. Este hecho conlleva la necesidad de desplazamiento de un lugar a otro, lo que deriva en el establecimiento de rutas e itinerarios de peregrinación (Gil de Arriba 2006). Por tanto, hoy en día, la dinámica de los destinos de peregrinación implica la adecuación del patrimonio, tanto del punto de vista de la preservación como de la dotación de infraestructuras para dar servicios a esta actividad turística (Millán Velázquez de la Torre, Morales Fernández y Pérez Naranjo 2010). En este sentido, el turismo religioso y de peregrinación son complementarios a otras tipologías de turismo, como el cultural o rural (Porcal 2006). Además, el desarrollo de estas tipologías conlleva una diversificación de los espacios turísticos a escala regional (Cebrián Abellán y García-Marín 2014).

En este trabajo de investigación, y de acuerdo con la interpretación de Pereiro (2019), consideramos este tipo de rutas culturales como un *collage* de peregrinación postsecular, religiosidad, espiritualidad, materialidad, sociabilidad y turismo; en el marco de un proceso de pérdida de diferenciación entre turismo y peregrinación.

Según Martínez Cárdenas (2013), este tipo de turismo genera una diversidad de impactos en las poblaciones receptoras de visitantes, por un lado posibilita una contribución económica que beneficia a los habitantes del sitio turístico, al generar inversión en infraestructura y servicios diversos, o promoviendo la creación de empleo, aunque por otro lado, y como normalmente sucede, si no existe una buena planificación de su desarrollo, también puede tener efectos negativos sobre el entorno natural, el patrimonio físico y cultural del lugar visitado. Frecuentemente, con la activación de este tipo de rutas se busca resolver necesidades prioritarias a corto plazo, y no consiguen consolidarse como sitios que logren atraer turistas con un perfil distinto al peregrino.

Aparte de las motivaciones religiosas, este tipo de rutas ofrecen otras estimulaciones de tipo espiritual, cultural o sociológico (Martínez-Cárdenas, Millán Velázquez de la Torre y Pérez Naranjo 2016): i) el factor espiritual podría derivar de un intento de los visitantes para conectarse a un espacio trascendental que proporciona un significado místico, anímico o vital en una vida de valores transitorios y efímeros, pero también de la búsqueda de una experiencia espiritual oculta por motivos racionales, tales como el interés en la historia; ii) muchos destinos religiosos son al mismo tiempo importantes

destinos culturales, y se han incrementado las motivaciones relacionadas con la búsqueda de la identidad cultural y de la tradición, de lo local como reacción a la globalización; iii) muchas personas se sienten más integradas en la comunidad de pertenencia cuando intervienen en rituales festivos o religiosos que la identifican, y así, por ejemplo, miembros de asociaciones religiosas suelen reunirse en sedes sociales o de cofradías donde toman decisiones o, simplemente, se reúnen para charlar y estar juntos, y también hay casos en los que realizar una peregrinación permite lograr un reconocimiento por el gran esfuerzo que requiere o un mejor estatus dentro de la comunidad religiosa.

En España, el Camino de Santiago es el producto de turismo religioso que presenta un mayor éxito e implementación territorial (Santos 2006). Además, académicamente ha sido el más estudiado desde hace tiempo y desde diversas disciplinas. Valga el ejemplo de la reciente publicación (2022) de la obra *Vers Compostelle. Regard contemporain sur les chemins de Saint-Jacques*, bajo la dirección de Quitterie Cazes y Sébastien Rayssac. En la misma se publican las aportaciones presentadas al coloquio pluridisciplinar «Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. Patrimoine, territoires, historicité», celebrado en Toulouse y Lot (Francia), del 25 al 27 de octubre de 2018. Las 79 contribuciones se agrupan en siete capítulos dedicados a los Caminos de Santiago de Compostela desde distintos enfoques: *a)* Su inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial, *b)* Su reactivación contemporánea, *c)* De las constituciones territoriales a las redes de lugares, *d)* Una construcción turística contemporánea, *e)* Prácticas de peregrinos-caminantes, *f)* Dimensiones espaciales, simbólicas e imaginarias, y *g)* Arte y patrimonio. La cantidad, diversidad y nivel de actualización de conocimiento convierten este libro en un referente, que se suma a la abundante producción dedicada al Camino de Santiago de Compostela, desde diferentes visiones científicas y divulgativas.

Pero, de forma adicional, en los últimos años se están impulsando otras vías de peregrinación. Entre estas nuevas iniciativas se pueden destacar, entre otras, la promoción de rutas de peregrinación a las otras dos ciudades santas existentes: Santo Toribio de Liébana (Gil de Arriba 2006) y Caravaca de la Cruz (Andrés Sarasa y Espejo Marín 2006). Ambos municipios se están posicionando como destinos de turismo religioso complementarios a Santiago de Compostela.

De acuerdo con Sánchez Romero (2009), los caminos de peregrinación hacia la ciudad de Caravaca de la Cruz existen como mínimo desde el siglo XIV, pues muchos fieles cristianos, procedentes de diversas partes de España, y atraídos por los efectos milagrosos obrados por el *lignum crucis* (Santa Vera Cruz de

Caravaca), llegaban a la ciudad. Otros aspectos significativos a la hora de constatar la expansión del culto a la Vera Cruz son la presencia de las órdenes religiosas desde el siglo XVI (Sánchez 2012) y las publicaciones que recogen. Tras la desaparición del reino nazarí y de la frontera, y con ella los potenciales peligros que la acompañaban, así como gracias a la repoblación de esas zonas limítrofes, los caminos de peregrinación se ampliaron y renacieron.

En la actualidad, Caravaca de la Cruz, como ciudad santa de la cristiandad, está trabajando en un nuevo producto turístico: «Los Caminos de la Vera Cruz» (<https://www.caminosdelacruz.info/>). Esta investigación se centra, por el momento, en el sector interior del cuadrante sureste de la península ibérica, como se verá posteriormente (epígrafe «Área de estudio»). Así, en este texto se pone especial énfasis en el denominado Camino de San Juan de la Cruz que es la ruta con mayor implementación territorial (<https://caminodesanjuandelacruz.org/>).

Este camino surgió en el año 2016 por iniciativa de la comunidad Carmelitas Descalzos de Caravaca de la Cruz (fundación de San Juan de la Cruz) y con el apoyo de la comunidad de madres carmelitas de Beas de Segura (fundación de Santa Teresa de Jesús) (Gil Almela et al. 2019). La principal finalidad de este camino es poner en valor el recorrido que hizo el místico carmelita San Juan de la Cruz (Brenan 1983) desde Beas de Segura a Caravaca de la Cruz, en hasta siete ocasiones entre los años 1579 y 1587 (Tomás 1991).

Es importante destacar que es un trazado que se puede hacer en los dos sentidos: Caravaca de la Cruz-Beas de Segura y Beas de Segura-Caravaca de la Cruz. Además, se pretende ampliar el camino hacia otros puntos de Andalucía y Portugal, que visitó el místico en algunas ocasiones como las ciudades de Granada, Jaén, Córdoba, Sevilla o Lisboa. Por tanto, el camino de San de la Cruz no surgió con la finalidad de ser un camino de peregrinación hacia el Santuario de la Vera Cruz de Caravaca, pero cuenta con un enorme potencial para ser utilizado con este fin. Por otra parte, de forma adicional se analizan otros dos itinerarios (menos implementados, balizados o desarrollados que el mencionado itinerario), el Camino de la Espiritualidad del Sur y el Camino de Los Vélez.

Como ya puede intuirse, el objetivo primordial del trabajo que se presenta es analizar el turismo de peregrinaciones tras la puesta en marcha de estas iniciativas. La intención es dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿cuáles son los rasgos principales de esta peregrinación?, ¿qué perfil y qué motivaciones caracterizan a sus protagonistas?, ¿cómo se articula el recorrido o viaje y cuáles son los hitos más importantes del camino?, ¿qué potencial

tienen de cara a la celebración del Año Jubilar 2024 en Caravaca de la Cruz?, ¿qué hándicaps y ventajas poseen estas nuevas vías de peregrinación?

2. METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

La elaboración de este capítulo se ha llevado a cabo a través de distintas fases de análisis de información relativa a las diferentes rutas de peregrinación estudiadas, la capacidad de acogida de los municipios por los que discurren y la valoración/opinión de las personas que han transitado el itinerario de mayor implementación territorial (Camino de San Juan de la Cruz). A este respecto, el punto de partida se ha basado en la revisión de todo tipo de documentación que analizara la temática tratada. Seguidamente, se han inspeccionado y cartografiado los recorridos de los tres caminos examinados, tratando de conocer y establecer las etapas marcadas/recomendadas, los territorios atravesados, o la infraestructura y agentes/actores (sociales y económicos) implicados en el desarrollo y promoción de estos recorridos religiosos. Asimismo, se han trazado las rutas y diferentes etapas que componen los tres caminos religiosos. Para ello, se ha hecho uso de los *tracks* divulgados por la web del «Camino de San Juan de la Cruz», cuyas coordenadas han servido para generar un fichero de información espacial georreferenciada que pueda ser tratado con el *software* Qgis. Del mismo modo, el reconocimiento personal a través de trabajo de campo realizado en los otros dos trayectos (Camino de Espiritualidad del Sur y Camino de Los Vélez), ha servido para digitalizar sus recorridos. Este trabajo de campo y su posterior representación ha permitido crear la cartografía incorporada en este trabajo. Además, se ha analizado la infraestructura de hospedaje en los municipios que atraviesa cada uno de los caminos de peregrinación. Los datos de establecimientos y plazas turísticas han sido obtenidos de las diferentes webs oficiales a nivel estatal, regional y municipal. Así, se ha analizado la información del Instituto Nacional de Estadística, Centro Regional de Estadística de Murcia (CREM), Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, y Oficina de Turismo de Nerpío (Albacete, Castilla-La Mancha).

Se ha realizado también un breve cuestionario para conocer la valoración de las personas que han realizado el camino de San de la Cruz desde el año 2016. Se han recopilado un total de 25 opiniones. La mayor parte de los encuestados residen en los cascos urbanos de Caravaca de la Cruz y Beas

de Segura, localidades donde se encuentra actualmente más arraigado dicho camino. El cuestionario se estructura en dos partes. La primera parte consta de una serie de preguntas en las que se indaga sobre la forma en la que conocieron el camino. En la segunda parte se analiza la valoración sobre la implementación territorial actual del camino, indagando en la percepción sobre aspectos tales como las infraestructuras hoteleras, implicación de las administraciones públicas o estado del balizamiento de la ruta.

3. ÁREA DE ESTUDIO

El ámbito territorial que analizamos se encuentra en el sector interior del cuadrante sureste de la península ibérica. Se trata de un área que, pese a presentar cierta proximidad con la línea de costa mediterránea, se emplaza en pleno arco subbético, conformando un espacio de carácter montañoso donde la mayor parte de municipios estudiados se sitúan por encima de los 800 m s. n. m. (figura 1).

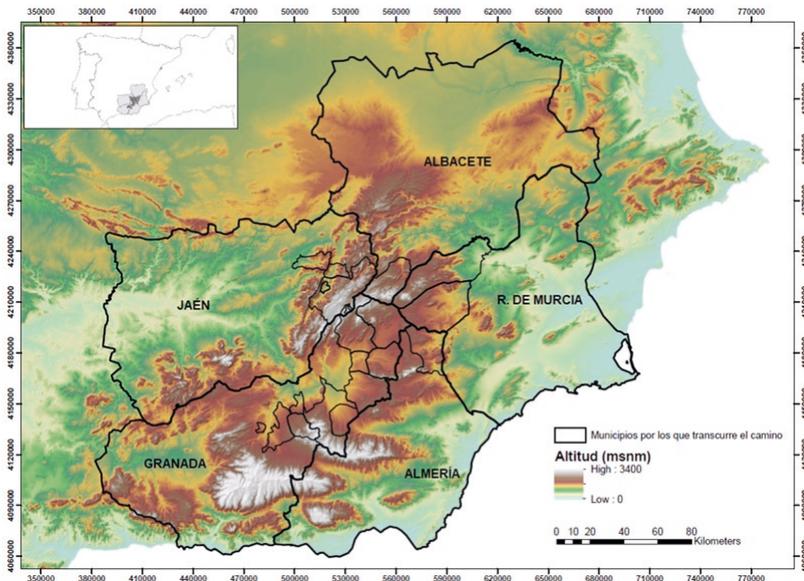


Figura 1. Mapa orográfico de ubicación del área de estudio.

Fuente: Elaboración propia

Se trata de un nudo interprovincial donde confluyen tres comunidades autónomas (provincias de Albacete, Almería, Granada, Jaén y Murcia), y cuyo espacio territorial acoge diferentes municipios por los que discurre alguno de los tres caminos de peregrinación en desarrollo (figura 2). Entre las diferentes localidades, Caravaca de la Cruz (Región de Murcia) ejerce como nexo de unión o punto final del recorrido de esos caminos de peregrinación.

En conjunto, este agregado de municipios se extiende sobre una superficie territorial de más de 6.569 km² y, pese pertenecer a diferentes delimitaciones administrativas, conforman una misma comarca natural cuyas características físicas, demográficas, sociales, o económicas presentan un elevado grado de similitud. Una de las particularidades más relevantes de la práctica totalidad de municipios por los que discurren las rutas de peregrinación es el acusado proceso de despoblación al que vienen siendo sometidos desde mediados del pasado siglo (figura 3).

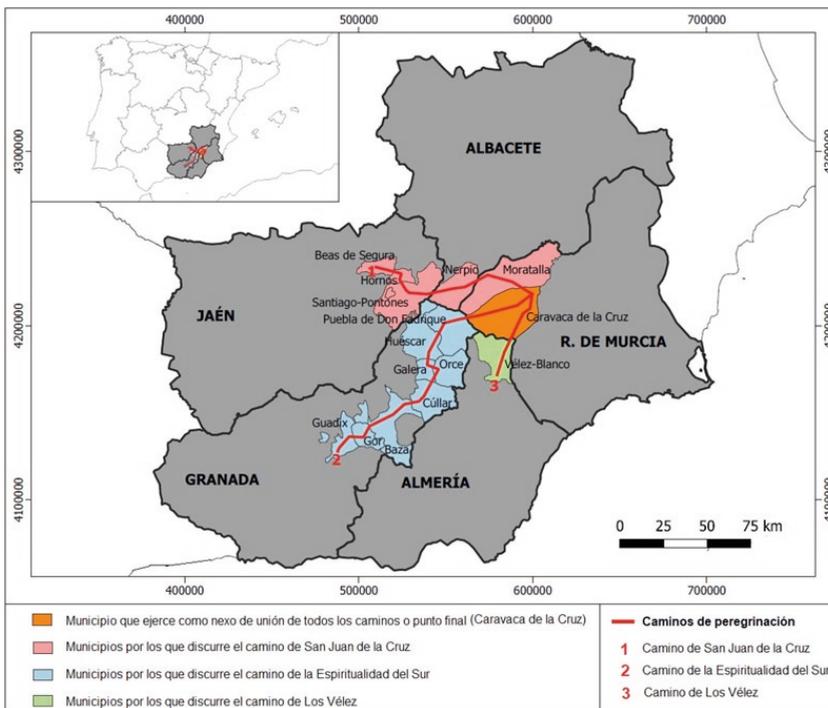


Figura 2. Mapa de emplazamiento de municipios por los que discurren los diferentes caminos de peregrinación. Fuente: Elaboración propia

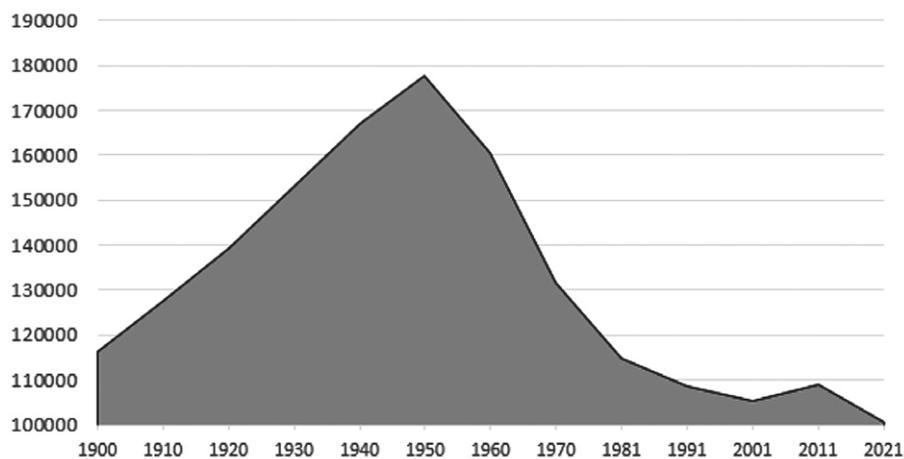


Figura 3. Evolución de la población en el conjunto de municipios analizados (1990-2021). Fuente: INE

Entre los factores que impulsan este vaciamiento demográfico destaca el retraso en el proceso de industrialización, su aislamiento territorial y mala conectividad, la escasez de servicios básicos (educativos y sanitarios, entre otros), el marcado envejecimiento de su población o las reducidas oportunidades laborales (en ocupaciones de cierta cualificación, fundamentalmente); lo que ha impulsado un éxodo rural que, pese a presentar una cierta recuperación durante los inicios del siglo XXI por la acogida de inmigrantes, los censos han vuelto a caer por el retorno de estos a sus países de origen (Morales 2020, Bandrés Moliné y Azón Puértolas 2021). A este respecto, sólo las localidades con una cifra poblacional más representativa (Caravaca de la Cruz, Baza y Guadix) han logrado establecer una tendencia demográfica al alza desde el inicio del pasado milenio. Ahora bien, aunque no se muestra en la tabla 1, estos tres municipios también han experimentado una recesión de sus censos entre 2011 y 2021.

Tabla I. Evolución de los censos de población en municipios analizados (1990-2021)

MUNICIPIO	1900	1920	1940	1960	1981	2001	2021
Caravaca de la Cruz	15.804	18.854	20.550	20.943	20.455	22.963	25.611
Moratalla	12.816	13.477	15.013	14.205	9.374	8.595	7.797
Nerpio	4.420	5.012	5.631	4.997	2.829	1.688	1.197
Santiago-Pontones	8.778	12.346	12.867	12.093	5.057	4.267	2.832
Hornos	1.745	1.980	2.571	2.033	861	678	601
Beas de Segura	6.045	10.127	14.953	14.957	8.806	5.620	5.115
Vélez-Blanco	6.825	7.566	6.335	6.001	2.674	2.093	1.946
Puebla de Don Fadrique	7.420	7.887	7.142	6.681	2.879	2.549	2.227
Huéscar	7.763	9.102	11.451	11.198	9.922	7.910	7.236
Orce	4.113	4.123	4.144	3.875	1.926	1.395	1.192
Galera	3.869	4.108	4.590	4.457	2.343	1.284	1.107
Cúllar	8.007	7.908	9.502	8.883	5.621	4.813	4.079
Baza	12.770	15.935	20.772	20.440	20.609	20.954	20.281
Gor	3.288	4.922	5.709	5.189	1.614	1.132	729
Guadix	12.652	16.141	26.023	24.704	19.860	19.448	18.462

Fuente: INE.

La reducida cifra poblacional que contabiliza la mayor parte de localidades, unida a su amplia extensión espacial, provoca que representen una densidad de población bastante contenida. En 2021, solo Baza sobrepasa los 100 hab./km², contabilizando una decena de municipios menos 10 hab./km², de los cuales siete están por debajo del umbral considerado como área en riesgo muy elevado de despoblación e incluso de desaparición. Esta situación

es especialmente preocupante en Gor (1,34), Orce (2,75) o Nerpio (3,67), con menos de 4 hab./km² (figura 4).

Esa escasa presión poblacional, unida al elevado valor y conservación de sus recursos naturales y patrimoniales, ha incentivado en los últimos años un elevado grado de atracción turística de carácter natural/rural. Este hecho ha empujado a que las tradicionales rentas aportadas por el sector primario (agricultura, ganadería y silvicultura, especialmente) sean completadas con esa actividad turística en auge (Maroto y Pinos 2019). En este sentido, han emergido diversas empresas que ofertan alojamientos y actividades de recreación, educación no formal y ocio activo en contacto con la naturaleza. Estas iniciativas, en ocasiones apoyadas con medios económicos procedentes del ámbito europeo, nacional, autonómico e incluso local, han logrado incrementar el número de visitas y pernoctaciones de forma relevante. El paso de los caminos de peregrinación por estas localidades ha despertado la presencia de turistas con fines religiosos y espirituales que se dirigen a Caravaca de la Cruz, donde cada siete años se celebra un jubileo. Además, el festejo de los Caballos del Vino, incluido en las fiestas patronales (en honor a la Vera Cruz) celebradas en esta localidad, ha sido considerado recientemente como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco.

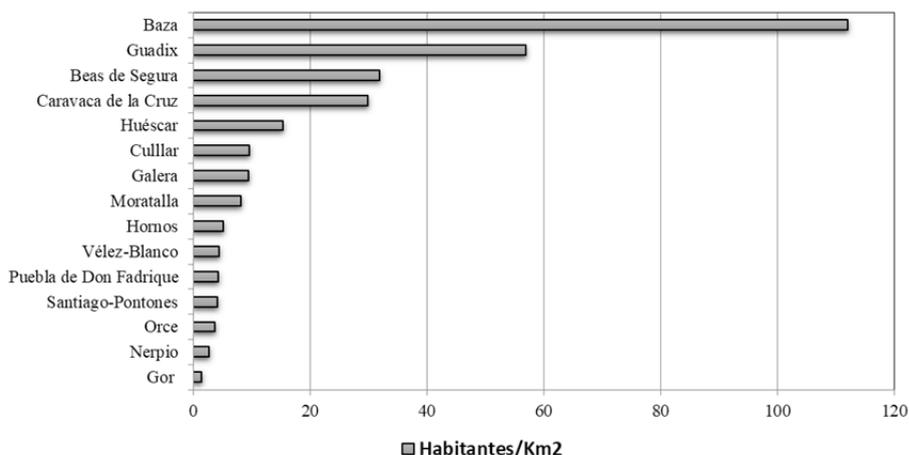


Figura 4. Densidad de población en municipios analizados (2021). Fuente: INE

4. RESULTADOS

4.1. Itinerarios de peregrinación

Tal y como ya se mencionó, en esta investigación se analizan tres caminos de peregrinación que llegan a Caravaca de la Cruz. Entre ellos, cobra especial atención el denominado Camino de San Juan de la Cruz (150 km). Este recorrido se implementó en el año 2016, y transcurre entre las localidades de Beas de Segura y Caravaca de la Cruz. Los fines de este trayecto están basados en la recuperación del camino histórico que recorrió (hasta en siete ocasiones) el místico San Juan de la Cruz. Se trata del itinerario con mayor implementación territorial hasta el momento, ya que se encuentra totalmente balizado y, como se indica en el siguiente epígrafe, posee una infraestructura de hospedaje casi consolidada. No obstante, resulta necesaria la puesta en marcha de alberges municipales para incrementar la oferta de plazas de pernoctación. Como se puede apreciar en la figura 5, la ruta transcurre por seis localidades (Beas de Segura, Hornos, Santiago-Pontones, Nerpio, Moratalla y Caravaca de la Cruz).

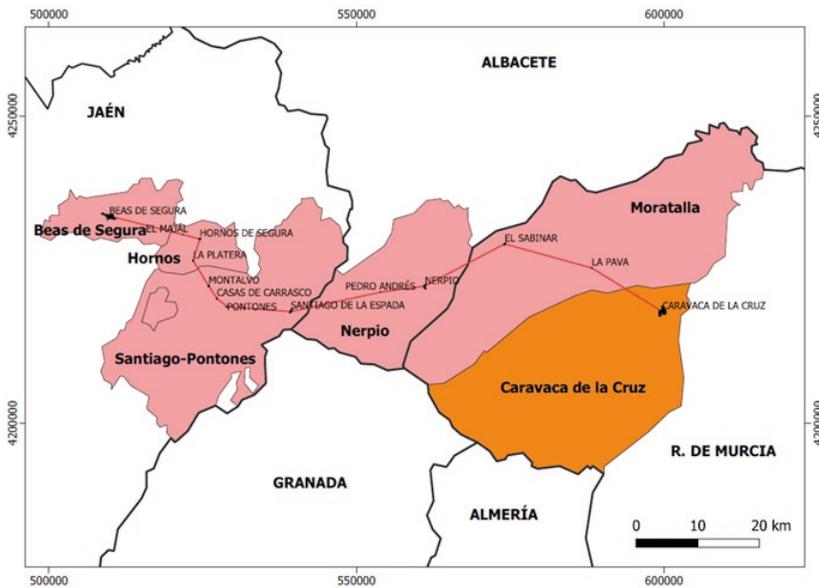


Figura 5. Mapa del camino de San Juan de la Cruz. Fuente: Elaboración propia

Las etapas aconsejadas para la realización del trayecto a pie son:

- 1) Beas de Segura-Hornos: 24,5 km
- 2) Hornos-Pontones: 23 km
- 3) Pontones-Santiago de la Espada: 18 km
- 4) Santiago de la Espada-Nerpio: 29 km
- 5) Nerpio-El Sabinar: 21 km
- 6) El Sabinar-Caravaca: 38 km

Como propuesta de mejora sería interesante dividir la última etapa en dos tramos, para reducir su distancia. Para ello, los ayuntamientos de Moratalla y Caravaca de la Cruz deberían apostar por la construcción de un alberge en la entidad poblacional de La Pava. Por otra parte, está prevista la inminente ampliación del recorrido entre Beas de Segura y Mancha Real (Jaén), con cuatro etapas más (100 km).

Junto con este itinerario de peregrinación principal, hoy en día, existen otros dos proyectos que partiendo desde Guadix (Granada) y Vélez-Blanco (Almería) tienen como punto final de su ruta la ciudad santa de Caravaca de la Cruz. El primero de ellos, denominado Camino de la Espiritualidad del Sur, constituye un proyecto incipiente que a lo largo de más 190 km tiene previsto atravesar los municipios de Guadix, Gor, Baza, Cúllar, Galera, Orce, Huéscar, Puebla de Don Fadrique y Caravaca de la Cruz. El recorrido trazado tiene como objetivo básico fomentar la cohesión de territorios que han mantenido relación históricamente y aún comparten multitud de aspectos culturales. Se trata de una vía que posee un gran potencial, por lo que las administraciones competentes deben trabajar de forma coordinada en su puesta en marcha y desarrollo (figura 6).

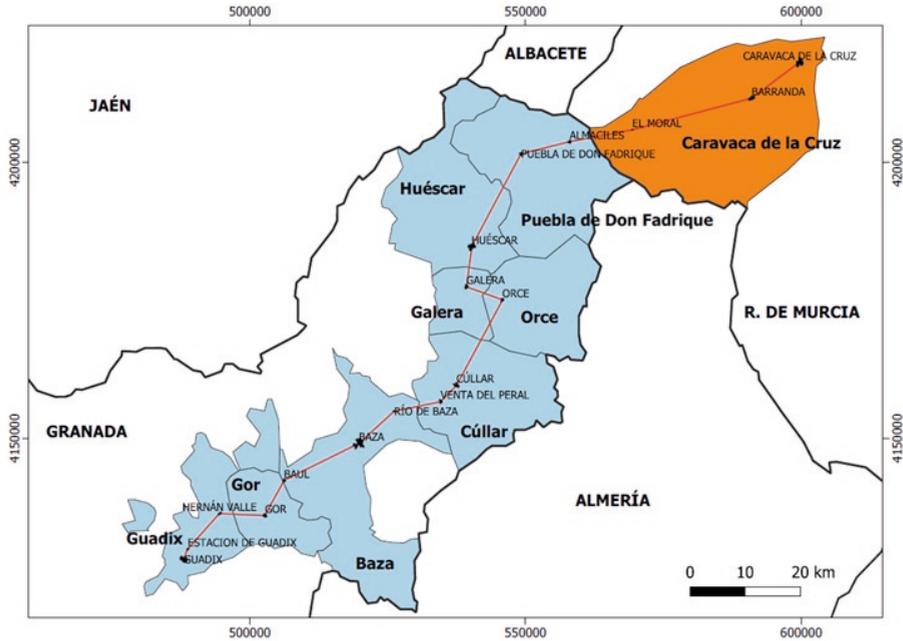


Figura 6. Mapa del camino de la Espiritualidad del Sur.
Fuente: Elaboración propia

Las etapas diseñadas son:

- 1) Guadix-Gor: 23 km
- 2) Gor-Baza: 26 km
- 3) Baza-Cúllar: 24 km
- 4) Cúllar- Galera: 29 km
- 5) Galera-Puebla de Don Fadrique: 29 km
- 6) Puebla de Don Fadrique-El Moral: 21 km
- 7) El Moral-Caravaca de la Cruz: 35 km

Por su parte, el tercer camino apenas recorre 67 km y es denominado Camino de Los Vélez. Este transcurre únicamente entre Vélez-Blanco y Caravaca de la Cruz, y es el más corto de los analizados. Su finalidad es recuperar la ruta histórica que unía ambos territorios. Nace con la vocación de constituirse como una vía turística y de peregrinación que permita conocer

el legado patrimonial, paisajístico y etnográfico de ambos municipios. Gran parte de este camino era utilizado como vía pecuaria. La firma del correspondiente convenio tuvo lugar en enero de 2019. El gran hándicap de esta ruta es que no cuenta con ningún hospedaje activo donde poder pernoctar entre etapas, emplazándose el conjunto de establecimientos destinados a esta finalidad en las proximidades de los núcleos poblacionales que ejerce de inicio y final del recorrido. Por tanto, para impulsar este trayecto como vía de peregrinación es fundamental la ejecución de estas infraestructuras. Con todo ello, el recorrido se compone de dos etapas (figura 7):

- 1) Vélez Blanco-Casa Forestal Casas de Periago: 33 km
- 2) Casa Forestal Salinas de Periago-Caravaca de la Cruz: 34 km

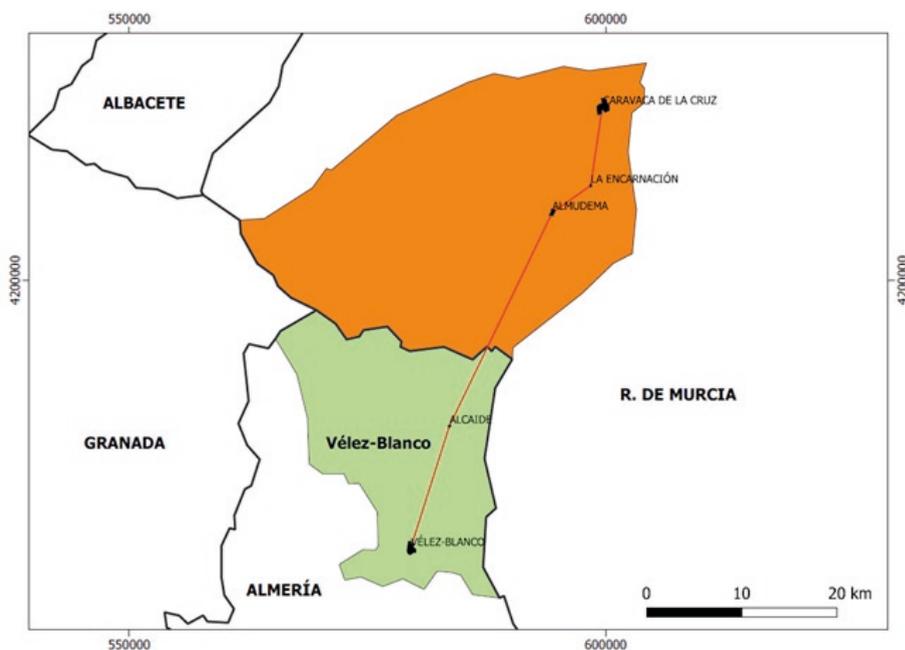


Figura 7. Mapa del Camino de Los Vélez. Fuente: Elaboración propia

4.2. Infraestructura de hospedaje turístico

El conjunto de municipios que integran cada uno de los itinerarios expuestos dispone de una notable oferta de alojamiento. La localidad que ejerce como nexo y final de los tres recorridos (Caravaca de la Cruz) cuenta con 164 establecimientos y más de un millar de plazas de pernoctación. Esta infraestructura está compuesta por 5 hoteles, 6 albergues/hospederías, 83 casas rurales, 54 apartamentos y 16 viviendas turísticas.

El Camino de San Juan de la Cruz, al ser el recorrido con mayor implementación territorial y encontrarse totalmente balizado, es el más frecuentado por peregrinos. Además de ello, la amplia variedad de recursos y actividades turísticas ofertadas por los municipios que atraviesa incentiva que se registren una cantidad de alojamientos y plazas turísticas muy superior a las localidades por las que discurren las otras dos vías de peregrinación. Así, este conjunto de municipios contabiliza 392 establecimientos y más de 6.100 camas. La mayor parte de plazas se concentran en los términos municipales de Santiago-Pontones y Moratalla, antes de llegar a Caravaca de la Cruz. Así, pese a contar con menor número de establecimientos, la presencia de 3 *campings* de gran capacidad en Santiago-Pontones (1.326 plazas en conjunto) hace que el número de camas se incremente. Además de ello, Santiago-Pontones también cuenta con una buena cifra de hoteles, casas rurales, apartamentos y albergues/hospederías. Del mismo modo, Moratalla también cuenta con un camping de 635 plazas y cerca de 220 camas en casas rurales. Junto a estas dos localidades, Nerpio también cuenta con un camping de 250 plazas, 12 casas rurales, 3 albergues/hospederías y 2 pensiones/hostales.

Finalmente, como se puede observar en la tabla II, Hornos presenta una buena oferta de hospedaje, con una treintena de establecimientos y más de 600 plazas. Sin embargo, la capacidad de acoger turistas que posee Beas de Segura es bastante más contenida, con apenas una decena de establecimientos que, en conjunto, no alcanzan a ofrecer 300 plazas.

Tabla II. Infraestructura y capacidad de hospedaje en los municipios que atraviesa el Camino de San Juan de la Cruz (2021)

	N.º de establecimientos	N.º de plazas
Moratalla	241	2.205
Nerpio	18	728
Santiago-Pontones	92	2.307
Hornos	30	605
Beas de Segura	11	291
Total	392	6.136

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, Oficina de Turismo de Nerpio y CREM.

Como se ha aludido, la infraestructura de hospedaje existente en el Camino de la Espiritualidad del Sur es más reducida. Los municipios por los que cruza esta vía de peregrinación contabilizan poco más de 200 establecimientos, los cuales acogen menos de 3.000 plazas (tabla III).

Tabla III. Infraestructura y capacidad de hospedaje en los municipios que atraviesa el Camino de la Espiritualidad del Sur (2021)

	N.º de establecimientos	N.º de plazas
Puebla de Don Fadrique	10	189
Huéscar	23	455
Orce	29	191
Galera	27	242

	N.º de establecimientos	N.º de plazas
Cúllar	11	160
Baza	37	684
Gor	10	169
Guadix	57	854
Total	204	2.944

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La mayor parte de establecimientos y plazas de hospedaje se concentran en Guadix y Baza. Se trata de las dos localidades de mayor relevancia por las que discurre este camino, con alrededor de 20.000 residentes cada una. Tras ellas, destaca la elevada cantidad de camas presentes en Huéscar, pese a contabilizar menor número de establecimientos que Orce y Galera. Los tres municipios restantes, apenas contabilizan una decena de establecimientos y entre 150 y 200 camas, respectivamente.

Finalmente, el tercer itinerario de peregrinación, al cruzar solo un municipio (Vélez-Blanco), además del que finaliza el camino (Caravaca de la Cruz), es el que menor infraestructura de hospedaje registra. Al tratarse del camino menos desarrollado y frecuentado, los 40 establecimientos y más de 700 camas que registra esta localidad, no están enfocadas a proporcionar descanso a los peregrinos. Así, se puede establecer que están ofertados principalmente a turistas rurales que visita esta localidad durante días festivos, puentes o vacaciones, y no recorren el itinerario de peregrinación.

En definitiva, se puede destacar que los municipios analizados cuentan con una notable oferta de alojamientos de turismo rural. En este punto es importante mencionar que en la mayoría de los casos la ubicación de esta infraestructura de hospedería resulta problemática a la hora de ser aprovechada como puntos de descanso de las rutas que se dirigen a Caravaca de la Cruz. La razón de ello se fundamenta en que a pesar de contar con gran cantidad de casas rurales, pensiones, hostales, albergues, e incluso camping y hoteles, la mayor parte de esta infraestructura se sitúa en los entornos de los cascos urbanos de las localidades. En este sentido, se carece de equipamientos en

espacios próximos al discurrir del camino (especialmente por pedanías, caseríos y núcleos poblacionales dispersos). Del mismo modo, se registra la ausencia de espacios de pernoctación en puntos intermedios entre etapa y etapa. Uno de los ejemplos más claros de esta problemática se puede apreciar en el Camino de Los Vélez, sin ningún punto de descanso entre el inicio y su final, o entre las etapas finales del Camino de San Juan de la Cruz, donde los peregrinos tiene que dormir en el suelo del Pabellón de Deportes de la pedanía de El Sabinar (Moratalla). En este sentido, resulta primordial que las administraciones públicas lleven a cabo la implementación de albergues municipales en los núcleos urbanos finales de las etapas, que complementen la oferta privada de casas de turismo rural en muchos casos resulta escasa al no ubicarse en las inmediaciones del recorrido. En muchos casos estas infraestructuras podrían ubicarse en viviendas antiguas rehabilitadas en los cascos antiguos de los municipios implicados.

4.3. Valoración de la implementación territorial del camino de San Juan de la Cruz

En el presente apartado se exponen los principales resultados extraídos de la encuesta realizada a 25 personas que han realizado el camino de San Juan de la Cruz desde el año 2016. En primer lugar, se analizan algunos aspectos concernientes al modo en el que se conoció el camino y la forma en la que se realizó el mismo.

En lo referido a la edad de los encuestados cabe destacar que el 60 % se encuentra en un rango comprendido entre los 45 y 64 años. Quizás la explicación se encuentra en que este grupo conoce mejor la figura histórica del místico San Juan de la Cruz, a través de las comunidades de carmelitas descalzos. De hecho, el 68,4% de los encuestados manifiesta que ha realizado el camino a través de los grupos organizados por las comunidades de carmelitas descalzos, frente a un 21 % que lo realizó con grupos de amigos; y son minoritarios (5,3 %) aquellos que lo realizaron a través de empresas de turismo activo o en solitario. El 100 % han realizado el camino a pie. No obstante, cabe destacar que el camino tiene un enorme potencial para poder realizarlo en bicicleta. La mayor parte (84,6 %) manifiesta que no tuvo problemas para llegar al punto de partida del camino a través de medios de transportes públicos, lo cual es un punto a favor de

los cascos urbanos de Caravaca de la Cruz y Beas de Segura. No obstante, es importante resaltar que no existen medios de transportes públicos que conecten ambas localidades. De cara al futuro, sería muy interesante poder establecer al menos una línea de autobús diaria de ida y vuelta entre ambas localidades, de forma que discurriera por todos los núcleos urbanos del camino. Esta sería también una magnífica forma de mejorar la cohesión territorial del ámbito de estudio.

Por otra parte, cabe enfatizar que el 64 % de los encuestados ha realizado el camino en los años 2021 y 2022, una clara muestra del progresivo auge de esta ruta. Además, es importante también mencionar que la mayoría lo realizó en verano (78 %), seguido de otoño y primavera con un 11 % respectivamente. Al localizarse la mayor parte del camino por encima de los 1.000 metros de altitud, los veranos son bastante más frescos que la inmensa mayoría del sur de España. Esto sin duda es una gran ventaja, frente a otros caminos situados en zonas más cálidas, como el camino de Levante (Naturesport 2017). El camino de San Juan de la Cruz discurre por algunos de los parajes más fríos del sur de la península ibérica (Vega de Pontones, Cañada Hermosa, Valle del río Zumeta, Huebras, Campo de San Juan o Campo de Béjar). Dichos parajes están caracterizados por inviernos muy fríos y con abundantes nevadas y por veranos suaves, con medias de las mínimas en los parajes citados entre los 11 °C y 13 °C para los meses de julio y agosto, y con medias de las máximas entre los 30-32 °C (Espín Sánchez et al. 2018).

Por último, para finalizar esta primera parte de la encuesta se lanzó la siguiente pregunta: ¿Es el primer camino de este tipo que realizas? Resulta paradójico que el 42 % manifiesta que es su primera experiencia en este tipo de caminos. La mayor parte del 58 % restante expone haber realizado también el Camino de Santiago en sus diversas variantes. Además, también se mencionan otros caminos relacionados con la figura de San Juan de la Cruz y Santa Teresa de Jesús, como el camino Sanjuanista de Ávila a Segovia, la ruta desde La Carolina a Úbeda, o la ruta de la Cuna al Sepulcro que discurre entre Ávila y Alba de Tormes.

Una vez realizado el análisis de la parte introductoria de la encuesta, se procede a analizar la valoración sobre la implementación territorial de este camino. En primera instancia, se cuestiona a través de qué medio conocieron la existencia de este camino. En la figura 8 se observa cómo más de la mitad de los encuestados (63,2 %) conocieron el camino a través de las comunidades de carmelitas descalzos, seguido muy de lejos por opciones como

redes sociales (10,5 %) y familiares (10,5 %). Esto indica la importancia que tiene esta orden en la difusión de esta ruta ligada a la figura de San Juan de la Cruz. Este aspecto está muy relacionado con el hecho de que el 63,2 % manifieste que la principal motivación para realizar el camino es conocer más la espiritualidad de la figura de San Juan de la Cruz (camino hacia el interior) (figura 9). En este sentido, un 75 % de los encuestados manifiesta que conocía anteriormente la figura de San Juan de la Cruz y que éste había visitado en hasta siete ocasiones Caravaca de la Cruz.

El grado de conocimiento de la figura de San de la Cruz tiene un promedio de 7,3 (siendo 1 pésimo conocimiento y 10 total conocimiento) al finalizar el camino. No obstante, es un camino que, como ya se ha destacado, tiene un enorme potencial para convertirse en uno de los principales caminos de peregrinación hacia Caravaca de la Cruz, o para potenciar el turismo de naturaleza, ya que atraviesa varios parques naturales, como el Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas (Jaén). El 100 % está de acuerdo con que el desarrollo del Camino de San Juan puede ser una magnífica iniciativa que ayude a frenar el fuerte proceso de despoblación de estos municipios.

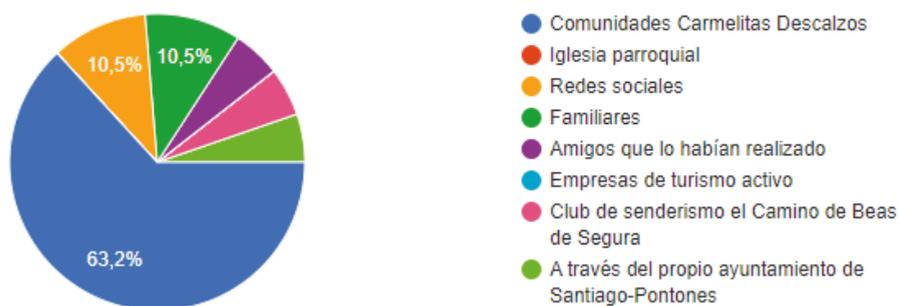


Figura 8. Formas de conocimiento del camino de San Juan de la Cruz.

Fuente: Elaboración propia

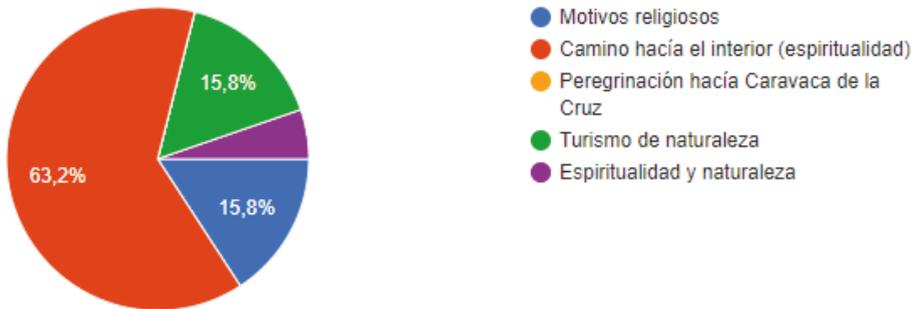


Figura 9. Motivaciones para la realización del camino de San Juan de la Cruz.
Fuente: Elaboración propia

Tras conocer la opinión de los viandantes acerca de la forma en la que conocieron el camino y su motivación para realizarlo, se expone su valoración sobre diferentes aspectos como la oferta de infraestructuras hoteleras, implicación de las administraciones públicas o estado del balizamiento de la ruta. Esta valoración se lleva a cabo a escala municipal para evaluar las posibles diferencias entre los municipios implicados. De esta forma, son resaltados los aspectos que deben ser mejorados. Todas estas cuestiones han sido valoradas mediante una escala numérica del 1 al 10, siendo el 1 muy deficiente y el 10 excelente. En la figura 10 se muestra la valoración de la oferta de infraestructuras hoteleras a escala municipal. Los municipios mejor valorados son Caravaca de la Cruz (6,3) y Nerpio (6,1), y los peor valorados Hornos (5,2) y Moratalla (5,1). La valoración media es de 5,6. Caravaca de la Cruz es el único municipio en el que las valoraciones del 7 al 10 superan el 50 % (58 %). Esto se explica por el hecho de que es el núcleo urbano más poblado del área, y que posee por tanto un mayor dinamismo y desarrollo de infraestructuras turísticas. No obstante, queda mucho por mejorar para convertirse en un destino de turismo espiritual y religioso competitivo respecto a otros destinos de peregrinación (Cebrián Abellán y García Marín 2014).

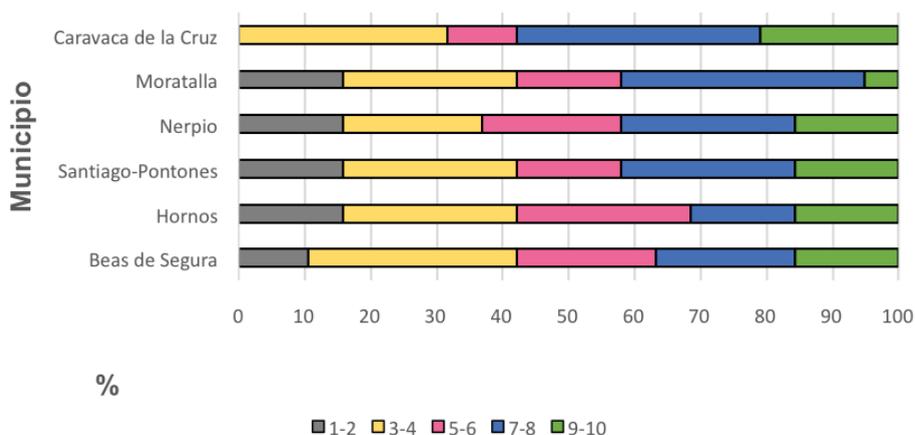


Figura 10. Valoración sobre la oferta de infraestructuras hoteleras a escala municipal. Fuente: Elaboración propia

Respecto a la valoración de la implicación de las administraciones públicas en el desarrollo del camino, cabe destacar que es el ítem mejor valorado con un promedio de 6,5. No obstante, como se refleja en la figura 11, se registran notables contrastes entre los diferentes municipios. Santiago Pontones (7,4) y Caravaca de la Cruz (6,9) son las entidades mejor valoradas, seguidas muy cerca por Beas de Segura (6,7) y Hornos (6,6). En cambio, Nerpio (5,9) y Moratalla (5,2) son los municipios con peor valoración. En el caso de Moratalla más del 50 % de los encuestados tiene una valoración igual o inferior al 4. El resto de los municipios presentan más de un 50 % de valoración igual o superior a 7. En general, se denota la implicación de las administraciones públicas por el desarrollo del camino, aunque deberían focalizar los esfuerzos en habilitar albergues municipales y establecer áreas de descanso a mitad de ruta, así como en reforzar el balizamiento de la ruta. Sin duda el Ayuntamiento de Moratalla es el que más tiene que mejorar en estos aspectos.

Como ya ha sido destacado, el balizamiento de la ruta es uno de los aspectos que se debe mejorar. En la figura 12 se expone la valoración del estado del balizamiento del recorrido a escala municipal. Se obtiene un promedio de 6,1, lo que expresa que todavía existen numerosos aspectos que deben ser corregidos. Los municipios mejor valorados son Santiago Pontones (7) y nuevamente Caravaca de la Cruz (6,6), seguidos muy de cerca por Hornos

(6,5). Por debajo del 6 se encuentran Beas de Segura (5,9) y Nerpio (5,7), y por debajo del 5 el municipio de Moratalla (4,9). En el caso del municipio de Moratalla, más del 50 % tiene una valoración igual o inferior a 4. Por tanto, está claro que, de cara a los próximos años, y más si cabe con la inminente celebración del Año Jubilar de 2024 en Caravaca de la Cruz, resultaría primordial incidir en la mejora de este aspecto.

Tras la evaluación de estos tres aspectos, se lleva a cabo una valoración general del nivel de cohesión territorial de los municipios que conforman el camino (comarca natural de la Sierra del Segura) del 1 al 10, siendo 1 (muy deficiente) y 10 (excelente). Se obtiene una valoración de 5,6, lo que indica que los municipios implicados deben apostar por una mayor coordinación en el desarrollo del camino, que lleve consigo impactos positivos a nivel económico y social. La puesta en marcha de una asociación conformada por los seis ayuntamientos implicados, sin duda puede ser un aspecto que ayude a mejorar la cohesión territorial. Por último, cabe destacar que la satisfacción personal tras terminar el camino es muy elevada, ya que alcanza un 9,5 (siendo 1 pésima y 10 excelente).

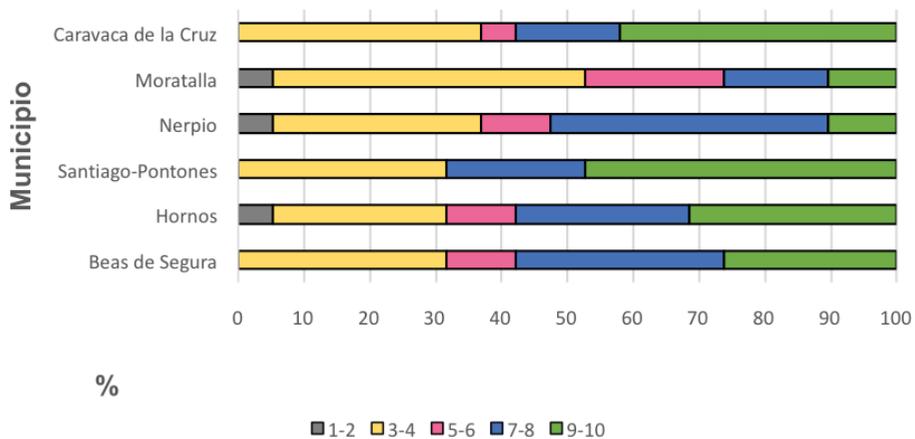


Figura 11. Valoración sobre la implicación de las administraciones públicas a escala municipal. Fuente: Elaboración propia

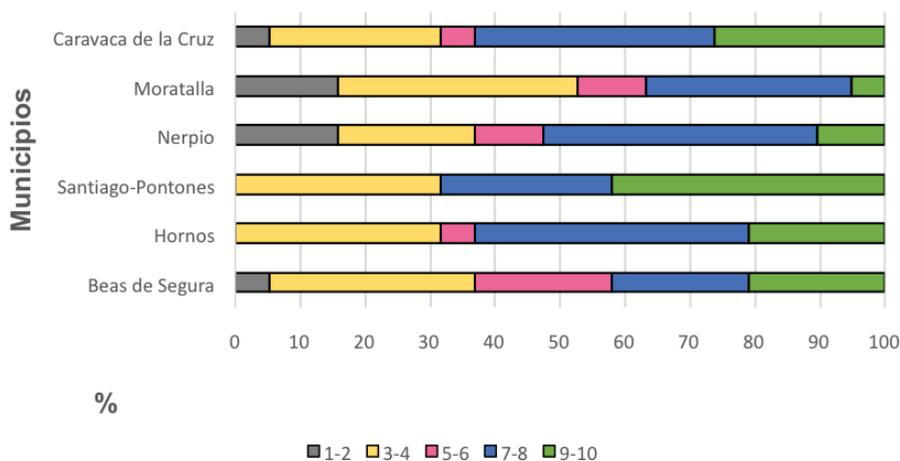


Figura 12. Valoración sobre el estado del balizamiento de la ruta a escala municipal. Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES, PROBLEMÁTICAS Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Los caminos de peregrinación e itinerarios religiosos se han convertido en productos turísticos que permiten una ordenación del territorio e inciden significativamente en el conjunto de las comunidades por las que cruzan. En este sentido, buena parte de estas rutas discurren por áreas rurales caracterizadas por un contrastado proceso de despoblación, cuyas consecuencias pueden ser advertidas tanto desde un punto de vista social (falta de servicios básicos como sanidad, educación, o disponibilidad de sucursales bancarias, entre otros), como territorialmente (desarticulación espacial). Ante ello, esta actividad puede servir para tratar de dinamizar áreas de exclusión demográfica, generando vías de desempeño laboral que permita a sus residentes obtener ingresos y no tener que emigrar a espacios urbanos con mayor oferta de empleo, fijando población en el territorio. La red de Caminos de Santiago es buena prueba de ello (Maak 2009).

Por otra parte, cabe mencionar que la globalización ha abierto el turismo religioso a un proceso de comercialización, transformándolo en un producto comercial que no era el de sus orígenes. Por tanto, las entidades que deseen

promover las visitas a destinos sagrados deben diseñar planes de marketing más eficaces. Además, como los viajes por motivos religiosos están en aumento, al ser un turismo con un alto grado de fidelización, el diseño de un plan de marketing adecuado al destino puede ayudar a desarrollar e incrementar el mercado de este tipo de segmento turístico, en consonancia con un plan estratégico de desarrollo sostenible de ámbito supralocal donde todos los *stakeholders* se vean implicados.

Los itinerarios de peregrinación constituyen un fenómeno que acoge multitud de perspectivas (religiosas, espirituales, económicas, sociológicas, deportivas, territoriales, etc.) en las que se combinan recursos paisajísticos, medioambientales, patrimoniales, históricos o culturales de elevado valor, cuya conjunción dota a estos recorridos y los espacios por los que transitan de un atractivo especial para el visitante. Ahora bien, evidentemente, los caminos que llegan a Caravaca de la Cruz aún están en progreso. Y como consecuencia, la infraestructura que da servicio a estos recorridos carece de aspectos básicos que permita a sus viandantes transitarlos de la mejor forma posible y hacer los descansos oportunos de la forma más adecuada. A este respecto, sólo uno de los tres itinerarios analizados en este trabajo cuenta con una implementación territorial más consolidada. Es el caso del Camino de San Juan de la Cruz, que discurre por un total de seis términos municipales, pertenecientes a tres comunidades autónomas (Andalucía, Castilla-La Mancha y Región de Murcia). La encuesta de valoración a personas que han realizado el camino ha puesto de manifiesto que debe mejorarse de forma notable la oferta de infraestructuras hoteleras y el balizamiento a lo largo de la ruta. En este aspecto las administraciones públicas deben jugar un papel primordial para su correcta consolidación como producto turístico. Especialmente municipios como Nerpio y Moratalla deben esforzarse de forma más decidida para mejorar los aspectos señalados.

En este sentido, cabe destacar que la red de establecimientos de hospedaje sobre la que se apoyan las rutas de peregrinación como la del Camino de San Juan de la Cruz presenta una gran problemática relacionada con la notable concentración temporal (especialmente en verano). En cierto modo, la escasez de estas infraestructuras recae en el bajo grado de pernoctaciones que se registran en los años ordinarios (no jubilares). Por lo que se puede establecer que este recurso presenta una excesiva dependencia de los años jubilares, como el caso de Caravaca de la Cruz, que lo celebra cada siete años (2003, 2010, 2017, 2024...). Esto implica que resulte bastante

costoso mantener el entramado turístico necesario para dotar a esta red de los servicios demandados por los peregrinos.

La satisfacción respecto a las infraestructuras hoteleras ha sido analizado en numerosas investigaciones. En este sentido, Kresić, Mikulić y Miličević (2013), al analizar la satisfacción del turista en destinos de peregrinación (el caso de Medjugorje), identifican que las instalaciones de alojamiento y restauración son atributos híbridos a los que se les debe asignar una prioridad más alta en las estrategias para mejorar la experiencia turística global. Por tanto, hay que dedicar los recursos y esfuerzos necesarios para asegurar que los servicios de alojamiento se gestionen correctamente en cada destino. Entender las variables que determinan la insatisfacción turística es extremadamente importante, sobre todo en un contexto altamente competitivo con turistas informados y exigentes. La identificación de esta clase de variables es muy útil en la dirección de la planificación de marketing para un destino.

Otra de las limitaciones con la que cuenta este territorio es que se trata un espacio en el que no se termina de aprovechar o explotar de forma óptima los recursos naturales de los que se dispone, y presenta una escasa oferta de actividades de naturaleza, de interior o aventura que complementen los recorridos. Los visitantes, incluso el más devoto, requiere la presencia de actividades que tengan algún carácter recreativo, como ir a restaurantes, realizar compras, etc. Del mismo modo, se debe de hacer hincapié en optimizar la coordinación entre las iniciativas públicas y privadas, la mejora, restauración y mantenimiento del patrimonio existente y la conectividad mediante transporte colectivo. La falta de un mayor asociacionismo para desarrollar planes de conjunto entre las distintas administraciones públicas es una cuestión fundamental. Todos estos aspectos han sido resaltados como sugerencias de mejora tras la realización de la encuesta sobre valoración del Camino de San Juan de la Cruz. La creación de una asociación de municipios del Camino de San Juan de la Cruz puede ser clave para ir puliendo todos estos detalles.

De acuerdo con Millán et al. (2010), y la denominada «hipótesis del ciclo de vida de un destino de turismo religioso», el Camino de San Juan de la Cruz, en cuanto a su escala, estaría finalizando su etapa inicial, pues los hechos religiosos correspondientes no solamente cuentan con la aprobación eclesiástica, sino que esta iniciativa nace de la Comunidad Carmelita para rendir homenaje a San Juan de la Cruz y enriquecer la oferta turística de los municipios de la Sierra de Segura con una propuesta de turismo activo y

espiritual basada en la historia de este personaje universal. Por otra parte, y en cuanto a la importancia del turismo de peregrinación, puede decirse que ya se encuentra en la etapa de desarrollo, ya que existe un elevado reconocimiento de su potencial, basado en tendencias visibles (incremento de turistas) y en un deseo general para incrementar la actividad turística relacionada. En este sentido, en el marco de la celebración de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR 2022), los alcaldes de los seis municipios que conforman el Camino de San Juan de la Cruz firmaron el acta fundacional de la asociación de ciudades que los agrupa para trabajar conjuntamente en la puesta en valor y promoción de esta histórica vía de peregrinación. La constitución de esta red supone apoyar institucionalmente este proyecto impulsado por la Orden de los Carmelitas Descalzos y comprometerse a trabajar conjuntamente para promover y poner en valor no solo el itinerario y la figura del místico protagonista, sino también un territorio de los más desconocidos de España. Gracias a esta iniciativa, este territorio históricamente unido por el río Segura y la Orden de Santiago está recuperando las antiguas vías de comunicación del siglo XVI.

En esta etapa de desarrollo, el progreso de la industria turística dependerá en gran medida de la promoción del destino para incrementar el número de turistas/peregrinos, así como de la mejora de la accesibilidad a las zonas de interés (ya se mencionó el carácter montañoso de esta región natural y su escasa accesibilidad asociada). Se requerirán, por tanto, medidas y estrategias políticas, y en este sentido la resolución de conflictos se convertirá en un gran desafío. En futuras investigaciones se estima poder analizar la consolidación del Camino de San Juan de la Cruz como producto de turismo espiritual/religioso. Sin duda, el transcurso del Año Jubilar de 2024 de Caravaca de la Cruz será una magnífica oportunidad para dicha evaluación. Del mismo modo, se incidirá en estudiar el impacto del camino sobre los espacios naturales protegidos por los que discurre, y determinar su impacto económico y social en un área que como ya se mencionó está sufriendo un fuerte proceso de despoblación. Además, se estima poder realizar un análisis con mayor profundidad sobre el número de usuarios del camino con la ayuda de las diferentes oficinas municipales de turismo. Como ya manifestara Lanquar (2007), la falta de estadísticas e información cualitativa y cuantitativa sobre la demanda dificulta el correcto funcionamiento de este producto. El registro de estos datos permitiría una mejor gestión del patrimonio religioso.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen la financiación recibida a través del Proyecto de Investigación «Estrategias y alternativas de adaptación de los destinos turísticos en España en tiempos de cambio. Análisis multiescalar a partir de los usos turísticos del territorio (ADAPTATUR)». Ministerio de Ciencia e Innovación, Gobierno de España. Referencia: PID2020-114186RB-C21. Igualmente, esta investigación también se desarrolla en el marco del siguiente Proyecto: «Do turismo massivo costeiro ao turismo do interior: tendências e perspectivas do turismo no Brasil, Espanha, México e Chile sob o paradigma da sustentabilidade e do cenário de crise do COVID-19», *financiado pelo CNPq, Chamada CNPq/MCTI/FNDCT N° 18/2021 - Faixa A - Grupos Emergentes. Numero do processo: 404252/2021-4*. Por último, damos las gracias también a la Dirección General de Competitividad y Calidad Turísticas de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, por su ayuda para el desarrollo de la siguiente investigación: Planificación Estratégica de los Espacios Turísticos de Interior en la Región de Murcia.

REFERENCIAS

- Andrade Suárez, María José, Grial Leira Landeira y Rosa Caramés Való. 2010. «El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago francés». *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo* 3: 49-82.
- Andrés Sarasa, José Luis. 2000. «Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural». *Cuadernos de Turismo* 6: 45-60.
- Andrés Sarasa, José Luis y Cayetano Espejo Marín. 2006. «Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia)». *Cuadernos de Turismo* 18: 7-62.
- Aparicio Guerrero, Ana Eulalia. 2004. «El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la Serranía de Cuenca». *Cuadernos de Turismo* 13: 73-90.
- Bandrés Moliné, Eduardo y Vanessa Azón Puértola. 2021. *La despoblación de la España interior*. Madrid: Funcas.
- Bigné, José Enrique. 2005. «Nuevas orientaciones del marketing turístico: de la imagen de destinos a la fidelización de los turistas». *Papeles de Economía Española* 102: 221-235.

- Bigné, José Enrique, Isabel Sánchez y Javier Sánchez-García. 2001. «Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship». *Tourism management* 22(6): 607-616.
- Brenan, Gerald. 1983. *San Juan de la Cruz*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Caravaca Barroso, Inmaculada, David Colorado Campos, Víctor Fernández Salinas, Pilar Paneque Salgado y Raúl Puente Asuero. 1996. «Patrimonio cultural y desarrollo regional». *Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales* 22(66): 89-99. Recuperado de: <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1134>.
- Cazes, Quitterie y Sébastien Rayssac. 2022. *Vers Compostelle. Regard contemporain sur les chemins de Saint-Jacques*. Toulouse: Presses Universitaires du Midi, 356.
- Cebrián Abellán, Aurelio y Ramón García-Marín. 2014. «Del turismo religioso a las peregrinaciones permanentes: diversificación turística en el sureste español». *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo* 8(2): 3-30.
- Espín Sánchez, David, Víctor Ruiz Álvarez, Javier Martí Talavera y Ramón García Marín. 2018. «Estudio preliminar de las inversiones térmicas en el sureste de la Península Ibérica: El caso de los campos de Hernán Perea». *Pirineos* 173: e036.
- García Marín, Ramón. 2011. «Turismo y desarrollo rural en la comarca del noroeste de la región de Murcia: los programas europeos LEADER». *Cuadernos de Turismo* 27: 419-435.
- Gil Almela, Pascual, Francisco Javier García López, María José Lozano Bernal y Juan Sánchez-Carrasco Rodríguez. 2019. *Guía del camino de San Juan de la Cruz*. Caravaca de la Cruz: Carmelitas Descalzos de Caravaca.
- Gil de Arriba, Carmen. 2006. «Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria)». *Cuadernos de Turismo* 18: 77-102.
- Ivars Baidal, Josep Antoni. 1997. «¿Constituye el turismo la mejor apuesta para el desarrollo rural?». En *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*, ed. Manuel Valenzuela Rubio. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 675-683.
- Krešić, Damir, Josip Mikulić y Katarina Miličević. 2013. «The factor structure of tourist satisfaction at pilgrimage destinations: The case of Medjugorje». *International Journal of Tourism Research* 15(5): 484-494.

- Lanquar, Robert. 2007. *La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual. Resumen del Informe General de la OMT* (Organización Mundial del Turismo).
- Maak, Katharina. 2009. «El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo». *Cuadernos de Turismo* 23: 149-172.
- Margry, Peter. 2008. *Shrines and Pilgrimage in the Modern World*. Ámsterdam: New Itineraries into the Sacred (Amsterdam University).
- Maroto Martos, Juan Carlos y Aida Pinos Navarrete. 2019. «¿El turismo rural freno de la despoblación? El caso del sur de España». *Perspectives on rural development* 3: 327-374.
- Martínez Cárdenas, Rogelio. 2013. *Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso*. Guadalajara (México): Eumednet (Universidad de Guadalajara).
- Martínez Cárdenas, Rogelio, María Genoveva Millán Velázquez de la Torre y Leonor Pérez Naranjo. 2016. «Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos». *Revista de ciencias sociales* 22(1): 85-97.
- Millán Velázquez de la Torre, María Genoveva, Emilio Morales Fernández y Leonor Pérez Naranjo. 2010. «El Turismo Religioso. Estudio del camino de Santiago». *Gestión Turística* 13: 9-37.
- Morales, Francisco José. 2020. «El Noroeste de Murcia: ¿Una comarca en proceso de despoblación?». *Polígonos: Revista de geografía* 32: 31-43.
- Morère Molinero, Nuria. 2017. «Haciendo camino en el Turismo Cultural». *Methaodos. Revista de ciencias sociales* 5(1): 4-8.
- Natursport. 2017. *Guía básica de los Caminos de la Vera Cruz*. Zaragoza: Natursport.
- Norman, Alex. 2011. *Spiritual Tourism: Travel and Religious Practice in Western Society*. Londres: Continuum.
- Norman, Alex y Carole Cusack. 2015. *Religion, Pilgrimage and Tourism*. Londres: Routledge.
- Pereiro, Xerardo. 2019. «Turismo y peregrinación, dos caras de la misma moneda: el camino portugués interior de Santiago de Compostela». *Cuadernos de Turismo* 43: 407-434.
- Porcal Gonzalo, María de la Cruz. 2006. «Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio». *Cuadernos de Turismo* 18: 103-134.

- Prieto Gutiérrez, Juan José. 2015. «Turismo cultural: el caso español». *International Journal of Scientific Management and Tourism* 2: 95-114.
- Sánchez Romero, Gregorio. 1987. *El Campo de Caravaca (Murcia). Bases históricas*. Caravaca de la Cruz (Murcia): Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz.
- . 2009. «Ensayo histórico sobre los caminos de la Vera Cruz de Caravaca». *Murgetana* 121: 31-64.
- . 2012. «Caravaca de la Cruz desde el pasado de sus calles». *Murgetana* 126: 21-54.
- Santos Xolla, Xosé Manuel. 2006. «El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela». *Cuadernos de Turismo* 18: 135-150.
- Sousa, Bruno, Beatriz Casais, Alexandra Malheiro y Cláudia Simões. 2017. «A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso ilustrativo dos Caminhos de Santiago». *Revista Turismo e Desenvolvimento* 27-28: 789-800.
- Timothy Dallen y Daniel Olsen. 2006. *Tourism, Religions and Spiritual Journeys*. Nueva York: Routledge.
- Tomás Sanchis, Dionisio. 1991. «San Juan de la Cruz visita siete veces Caravaca. Años: 1579-1587». En *Caravaca por San Juan de la Cruz*. Caravaca de la Cruz: Asociación Cultural de San Juan de la Cruz, 25-30.



Col·lecció Homenatges, 6