

EL TURISMO INTERIOR EN LA COMUNITAT VALENCIANA: LA PERCEPCIÓN DESDE LAS ENTIDADES MUNICIPALES Y ASOCIACIONES TURÍSTICAS

J. Fernando Vera Rebollo, Daniel Díez Santo y Josep Antoni Ivars Baidal

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante, Edificio de Institutos Universitario, Campus San Vicent del Raspeig, Apdo. 99, E-03080 Alicante
iuitf@ua.es

RESUMEN

Se analiza el turismo de interior en la Comunitat Valenciana sobre la base de un proceso de participación de las entidades municipales y asociaciones relacionadas con el turismo. Esta perspectiva local es el resultado de las opiniones de técnicos y gestores que intervienen en el proceso de configuración de destinos turísticos de interior, en relación a aspectos como las potencialidades y límites del turismo en el desarrollo del medio rural. La finalidad no es otra que aportar criterios en aras de un modelo de desarrollo turístico competitivo y sostenible, capaz de integrar las nuevas dinámicas económicas con los valores intrínsecos del territorio y la sociedad local.

Palabras Clave: Turismo de interior, gestores municipales, percepción local sobre el turismo, política turística, asociaciones turísticas.

ABSTRACT

This study of inland tourism in the Region of Valencia is based on the participation of municipal bodies and associations connected with the tourism industry. This local perspective is the culmination of opinions from experts and managers involved in the process of shaping inland tourist destinations, related to aspects such as the potential and limitations of tourism in the development of the rural environment. The aim is none other than to provide criteria for a competitive and sustainable tourism development model, which is able to combine new economic dynamics with the intrinsic values of the area and its local society.

Key Words: Inland tourism, local managers, local perception of tourism, tourism policy, stakeholders.

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

El trabajo de investigación se enmarca en el desarrollo de una propuesta metodológica para la planificación de espacios turísticos que contempla, entre otros factores, diversos mecanismos de participación social y debate con los agentes actuantes¹.

Entre los procesos llevados a cabo, a partir de este enfoque cualitativo de la investigación, se preparó un cuestionario dirigido a municipios, a partir del cual los participantes han podido expresar sus opiniones sobre aspectos clave relaciona-

dos con la actividad turística en su área de trabajo. La aportación seleccionada para el presente trabajo corresponde específicamente a los resultados extraídos de los municipios del interior de la Comunitat Valenciana.

El objetivo de incorporar en la investigación las percepciones de los gestores municipales llevó a recurrir a la elaboración propia de cuestionarios como fuente primaria de información. De este modo, frente a la encuesta formalizada en datos numéricos y con una perspectiva cuantitativa, los cuestionarios permiten a los agentes realizar aportaciones propias y valorar el significado que

1 En concreto, se integra en el proceso de elaboración del Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana, instrumento de planificación territorial-turística elaborado según lo previsto en la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunitat Valenciana, cuyo título IV, Bases para la ordenación de los espacios turísticos, establece la redacción de este Plan con el objetivo fundamental de que contenga las medidas precisas para la ordenación de los espacios delimitados. El trabajo se llevó a cabo en el seno del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, mediante un equipo de investigación multidisciplinar. Una síntesis de los objetivos, criterios y medidas puede consultarse en Vera, Ivars, Obiol, López y Rodríguez (2008).

en cada caso se atribuye al turismo. Sobre estos fundamentos, la aportación realizada se sitúa en la línea de investigación basada en la percepción social del turismo, la menos explorada, a pesar de que algunos autores la consideran como pilar de la investigación en esta materia (Riley & Love, 2000)². No obstante, la mayor parte de los estudios de este signo se centran en la percepción de los turistas respecto al destino, dejando en un segundo plano la percepción de la población residente y la de los agentes actuantes.

En el presente trabajo, la perspectiva estudiada es la de los gestores locales, junto con la de los grupos de acción local y las asociaciones y entidades que intervienen en el proceso turístico. Así pues, el enfoque que justifica esta aportación se centra en conocer las valoraciones de los agentes actuantes en la política turística, en tanto son los que toman las decisiones sobre factores de desarrollo, recursos, infraestructuras y equipamientos, adoptan actitudes ante el turismo y establecen las pautas que promueven o ralentizan, en su caso, el despegue y desarrollo de esta actividad³. Son, en última instancia, los responsables de poner en práctica las medidas de la política turística y disponen de un mayor y más profundo conocimiento de la realidad turística de su respectivo entorno local. No obstante, conviene tener en cuenta la diversidad y heterogeneidad que presenta el perfil de los agentes locales dedicados a la gestión turística en los municipios interiores valencianos⁴.

Como balance, se ha conseguido disponer de una amplia cantidad de respuestas que reflejan desde la identificación de problemas-clave para cada lugar,

hasta las actuaciones que se entienden como prioritarias para la ordenación y gestión de la actividad turística.

En cuanto a la secuencia metodológica seguida, se logró obtener una muestra suficientemente representativa de las realidades turísticas de los municipios interiores valencianos (77 cuestionarios municipales⁵). Posteriormente, la información aportada mediante los cuestionarios fue agrupada, para su tratamiento, en cinco apartados que facilitan su análisis y la elaboración de conclusiones. Por último, la información obtenida de la encuesta municipal se ha contrastado con los resultados de un Grupo de trabajo sobre Turismo de Interior, integrado en la metodología de elaboración del mencionado Plan de Espacios Turísticos, que reunió a 29 representantes de diferentes instituciones y organismos, tanto públicos como privados, relacionados con el turismo de interior en la Comunidad Valenciana.

EL INTERIOR COMO REFERENCIA GEOGRÁFICA Y TURÍSTICA

Antes de profundizar en los resultados de la investigación, conviene aclarar lo que se entiende aquí como turismo de interior, como ámbito de trabajo, ya que el concepto es frecuentemente utilizado en la bibliografía sobre destinos turísticos en regiones mediterráneas, como contrapunto al modelo convencional y consolidado de turismo litoral (Vera y López, 2001).

Es cierto que el concepto de turismo de interior surge como contraposición al turismo litoral en

2 Un reciente, interesante y documentado análisis de los estudios sobre la percepción social del turismo se encuentra en Mantecón (2008).

3 La opinión de las entidades municipales, en su mayor parte municipios donde el turismo es un proceso emergente, se ha contrastado o complementado con los resultados de un grupo de trabajo, abierto y participativo. Formaron parte del grupo de trabajo representantes de un total de veintidós entidades, públicas y privadas: grupos de acción local, centros de desarrollo rural, entes de promoción económica y turística, asociaciones empresariales, sindicatos, federaciones relacionadas con el turismo de interior, diputaciones, entre otros.

4 En especial, cuando se trata de espacios rurales no siempre se dispone de personal con dedicación exclusiva al turismo, correspondiendo el papel de gestores del desarrollo turístico a los agentes de desarrollo local, como parte de una estrategia más integral de desarrollo. En otros casos, han sido los responsables e informadores de las oficinas de turismo (red Tourist Info) los que han cumplimentado los cuestionarios, y en ocasiones los propios alcaldes, concejales de turismo o cultura, incluso técnicos de los gabinetes de comunicación y dinamizadores culturales, asesores o administrativos, en el caso de ausencia de técnicos.

5 Estos cuestionarios corresponden a los distintos espacios geográfico-turísticos delimitados en el interior: 24 cuestionarios son de Castellón, 35 de Valencia y 18 de Alicante.

aquellos espacios turísticos donde el turismo de sol y playa es la forma de implantación dominante, en las coordenadas del modelo turístico propio de países mediterráneos. Este es el caso de la Comunidad Valenciana, donde la notable importancia cuantitativa y cualitativa del turismo litoral, con destinos tan emblemáticos como Benidorm (concentra 39.559 plazas hoteleras en 2008, según datos de la Conselleria de Turisme) y con una fuerte impronta paisajística y enorme trascendencia económica, ha condicionado durante años la menor atención prestada al potencial del medio rural. En este contexto, el peso del turismo rural, emergente aún en la mayor parte de comarcas, es sinónimo de interior, si bien no todas las manifestaciones del interior deben asimilarse a turismo rural.

El turismo de interior responde a un concepto muy amplio donde tiene cabida lo rural, pero también lo natural y lo urbano. En este sentido, Valenzuela (1997) insiste en la gran heterogeneidad que presentan los turismos de interior, en cuanto forman parte de nuevas modalidades no ligadas física ni perceptualmente a los espacios litorales ni a sus manifestaciones ambientales, urbanísticas y económicas.

En definitiva, por turismo de interior se entiende todo turismo que se dirige a poblaciones no costeras. La diferencia principal entre turismo de interior y turismo rural proviene del hecho de que el turismo rural, que no deja de ser parte de los turismos de interior, fundamenta su desarrollo en el manteniendo del hábitat y la actividad habitual de las poblaciones receptoras (Reyna, 1994). Sin embargo, existe el riesgo de que esta premisa no se cumpla cuando se desarrolla un turismo rural indiscriminado, conducido esencialmente por impulsos de mercado y basado en la explotación intensiva de los recursos tradicionales. La sostenibilidad de este modelo de desarrollo rural dependerá en buena medida del grado de integración de las nuevas dinámicas territoriales, sociales, económicas y ambientales que trae de la mano el turismo y de su integración con los modelos históricos de organización del medio rural, evitándose la simple superposición de funciones (Sancho y Vera, 2008).

Significado del Turismo de Interior en el Contexto Turístico de la Comunitat Valenciana

En la Comunitat Valenciana el despegue del turismo en el interior rural es tardío e insuficiente, si se considera tanto el potencial de recursos como las expectativas que suscita en municipios con economías débiles, sobre todo cuando se analiza la situación en términos relativos respecto a otras comunidades autónomas del arco mediterráneo, como Andalucía o Cataluña, donde estas modalidades turísticas alcanzan mayor entidad en cuanto a flujos de demanda recibidos (CSIC, 1995).

Desde la política turística autonómica, correspondió al Libro Blanco del Turismo –en los inicios de la década de los 90- la definición de líneas programáticas para la política en la materia. En este marco se incluyó el Plan de Diversificación de la Oferta Turística, que fue el instrumento en cuyo seno se configuró el Programa de Turismo Interior⁶. El objetivo inicial de este programa era diversificar la oferta turística valenciana mediante la creación de un producto de Turismo de Interior basado en una red de alojamientos de titularidad pública y privada, en determinadas zonas con posibilidad de desarrollo turístico. Las acciones tenían como objetivo constituirse en el germen de futuras actuaciones de iniciativa privada capaces de potenciar y consolidar dichas áreas desde la vertiente turística (Valdés y Del Valle, 2000).

A pesar de todo, las actuaciones realizadas se centraron excesivamente en la creación y mejora del alojamiento rural⁷ mientras que otros aspectos incidentes en el desarrollo del producto, como la gestión territorial o la cualificación de recursos humanos, no recibieron una atención suficiente (Solsona, 1999)⁸.

Este interés de las administraciones públicas por diversificar la oferta litoral, unido al impacto económico de las iniciativas y los programas europeos (LEADER y PRODER) que han fomentado el desarrollo rural por medio de proyectos de carácter endógeno (Cànoves *et al.*, 2003 y 2006), responsables en bastantes casos de la creación de oferta turística, han motivado que la importancia concedida al turismo dentro de cada municipio interior sea cada vez mayor.

6 Se desarrolla durante el periodo 1990-94 contando con una asignación presupuestaria de 1.895 millones de las antiguas pesetas.

Como estado de la cuestión, interesa destacar que la oferta turística de los municipios interiores valencianos no ha parado de crecer desde los años noventa del siglo pasado. En el periodo 1998-2008, la oferta de alojamiento rural ha experimentado un crecimiento medio anual del 43% (Conselleria de Turisme). Sin embargo, el desarrollo de las nuevas formas de turismo rural no ha sido geográficamente homogéneo⁹. En su conjunto, el interior de la Comunitat Valenciana cuenta con una oferta turística reglada de 33.217 plazas¹⁰ que se reparten fundamentalmente entre establecimientos hoteleros, camping y casas rurales. En 2007, solo las casas rurales generaron 416.110 pernотaciones en la Comunitat Valenciana, según los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural del INE, con un amplio predominio de turistas residentes en España (91%).

ANÁLISIS DE RESULTADOS SOBRE PERCEPCIÓN DEL TURISMO

A continuación se exponen, de manera sintética, los resultados más significativos y las aportaciones derivadas de los cuestionarios y del Grupo de trabajo sobre Turismo de Interior. En ambos casos, además de las preguntas abiertas y del debate propio del Grupo de Trabajo, se incorporaron preguntas cerradas con respuestas basadas en una escala Likert (con una gradación de 1 a 5), en las que los participantes han podido expresar el grado de importancia,

o de acuerdo y desacuerdo, sobre diversos enunciados planteados por el equipo investigador. Esta técnica ha permitido una explotación estadística básica de las respuestas obtenidas que contribuye a clarificar la percepción de los agentes sociales.

Importancia de la Actividad Turística para los Municipios Interiores de la Comunitat Valenciana

Resulta ocioso destacar que el turismo es un interesante factor de diversificación de la economía rural y que juega un papel importante en la recuperación y valorización del patrimonio natural y cultural de estos espacios, aunque no debe ser interpretado como la panacea que pueda resolver la complejas carencias de los espacios rurales (Ivars, 2000). Algunos autores han llegado más lejos al apuntar que resulta improbable que el turismo y el ocio lleguen a representar nada económicamente significativo para una gran parte del mundo rural español (Cals *et al.*, 1995).

No obstante, el 39% de los municipios encuestados consideran el turismo como muy importante, un porcentaje que asciende al 87% si se consideran aquellos que lo consideran bastante importante. Estos resultados testimonian la relevancia otorgada al turismo y las expectativas que suscita, a la vez que evidencian cierto riesgo de sobrevaloración de esta actividad (Ivars, 1997). De hecho, el

7 El primer antecedente de inversión pública de carácter autonómico en el turismo de interior fue en 1990, cuando se apostó por la promoción de iniciativas municipales. Posteriormente se promovieron hoteles de pequeñas dimensiones, campamentos turísticos, un centro termal y un centro de día con restauración. Se recuperaron para el uso turístico edificios monumentales y también arquitectura típica, como la antigua estación de ferrocarril de vía estrecha de Bocairant o el Mas de la Albufera en Gaianes. Otras actuaciones se centran en la creación de oferta nueva en pequeños municipios para tratar de estimular su desarrollo turístico. Posteriormente, en un intento de diversificar la oferta para captar otros segmentos de mercado se crearon toda una serie de campamentos en el medio natural (Vall d'Alcalá, Jarafuel, Bugarra y Navajas) y un centro de hidroterapia en Montanejos. Pero también, se invirtió en el acondicionamiento de recursos históricos. Actualmente, sin embargo, no se renueva la concesión administrativa de la gestión privada de los establecimientos de titularidad pública mientras que las administraciones implicadas asignan otros usos a los edificios.

8 Paralelamente, durante los años 90 se pusieron en funcionamiento otro tipo de programas fundamentales para el desarrollo del turismo de interior como el Programa de Oficinas de Información Turística, el Programa de Apoyo a Inversiones, el Programa de Formación, el Programa de Señalización Turística y el Programa de Promoción.

9 Se ha producido una especial concentración en las comarcas septentrionales (Els Ports-Maestrat, Alto Palancia), el área centro-occidental (Alto Turia-Ademuz, Plana de Utiel-Requena, Valle de Ayora y Macizo del Caroig) así como en la montaña de Alicante (L'Alcoià-Comtat e interior de la Marina Alta y Marina Baixa), frente a otras comarcas como el Alto Mijares, Camp de Turia, L'Horta Oest y la Ribera Alta), si bien el mayor vacío es en las meridionales (Vinalopó Mitjà y Bajo Segura), con una oferta, hoy por hoy, casi anecdótica.

10 En este recuento no se han tenido en consideración las plazas de alojamiento de los municipios prelitorales, que desarrollan su actividad turística en el contexto del modelo turístico del litoral próximo.

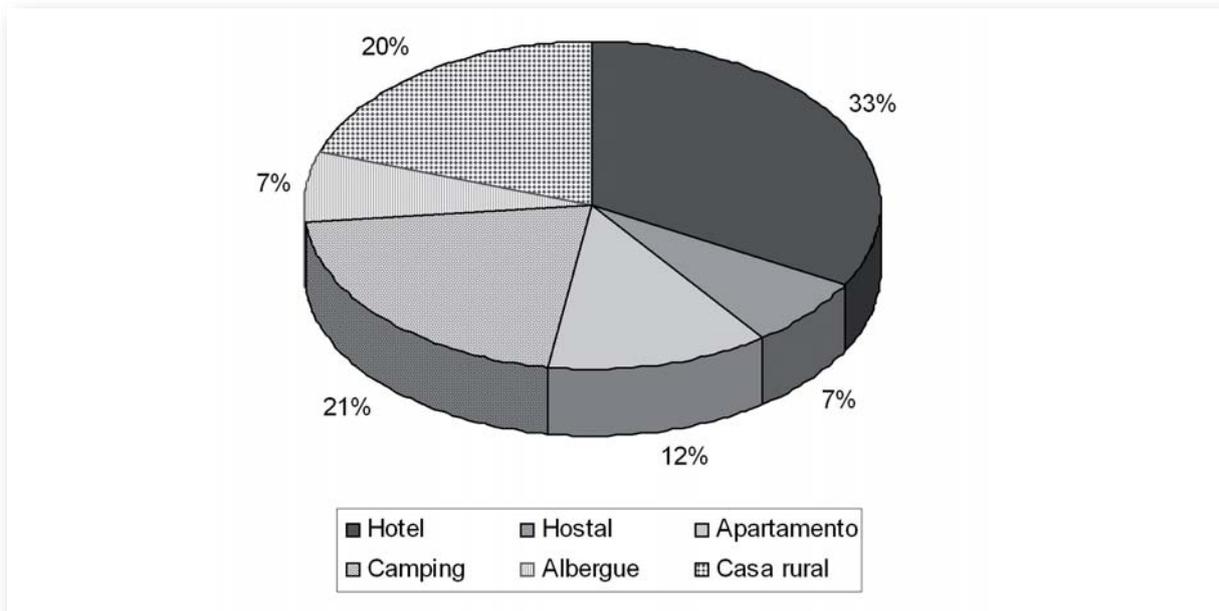
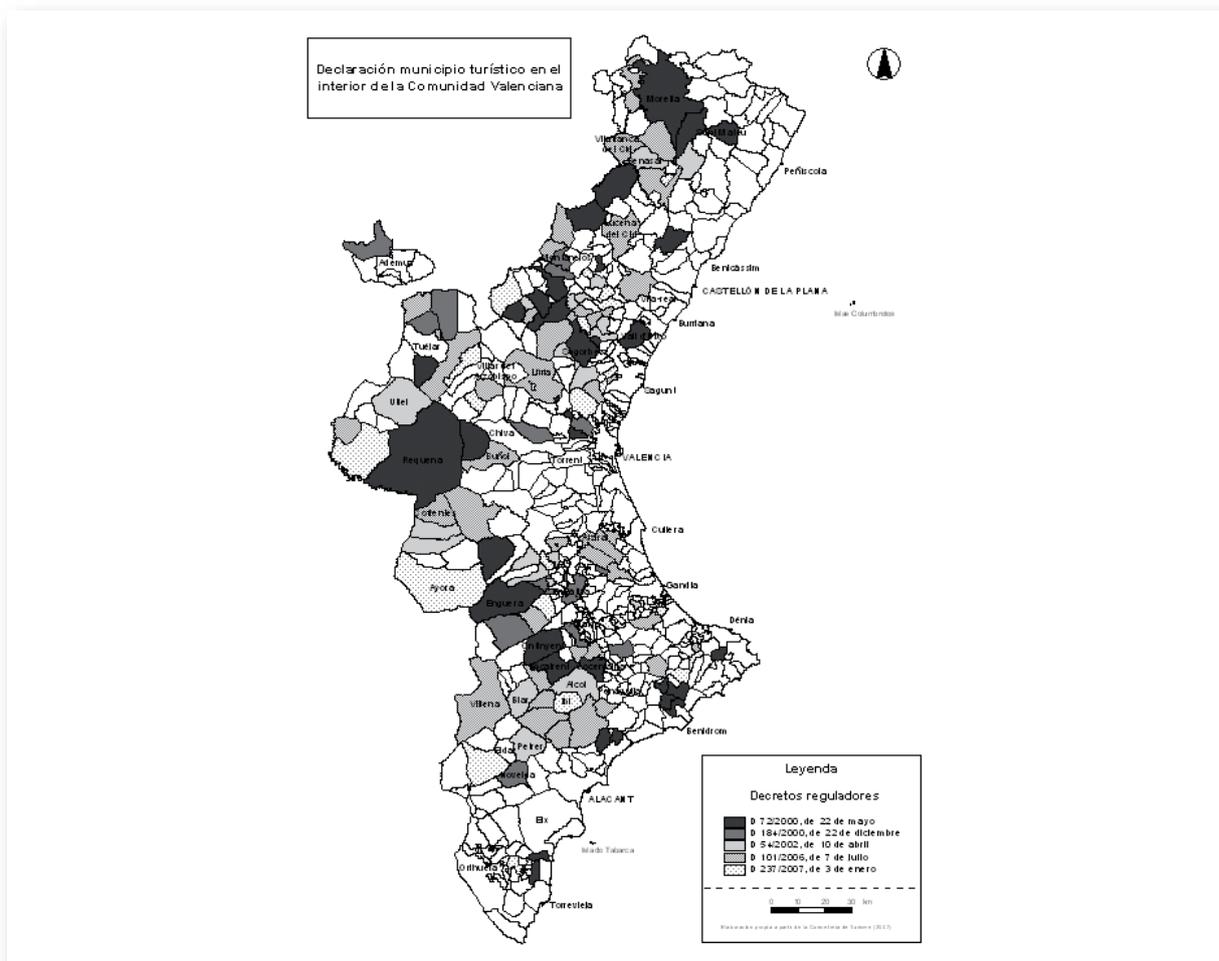


Gráfico 1.- Distribución de la oferta reglada en el interior de la Comunitat Valenciana, según tipologías turísticas. Fuente: Elaboración propia a partir de la Oferta turística municipal y comarcal, 2007, Conselleria de Turisme.



Mapa 1.- Declaraciones de municipio turístico en el interior de la Comunitat Valenciana. Fuente: Elaboración propia a partir de la Conselleria de Turisme.

65% de los participantes en el Grupo de Trabajo mostraba su acuerdo en que el nivel de gasto y de impacto económico del turismo en las comarcas de interior es reducido. En el mismo sentido, la confianza depositada en el turismo se constata en el gran número de municipios interiores que han solicitado y obtenido de la Conselleria la declaración de municipio turístico, junto con el propio hecho de que el 76% de los municipios encuestados ha creado su Concejalía de Turismo.

Los Factores Relacionados con la Política Turística

La ejecución de la política turística descansa básicamente en las Concejalías de Turismo, de cuño relativamente reciente en muchos casos. Los órganos consultivos de política turística son prácticamente testimoniales (sólo existen en un 9,2% de los municipios encuestados) pero un 72% forma parte de algún organismo de carácter supramunicipal que desarrolla actuaciones turísticas, indicador de la importancia de esta escala de trabajo en las comarcas de interior.

En general, la valoración sobre los factores que inciden en la política turística es positiva. No obstante, cabe diferenciar una serie de factores que presentan una valoración más favorable (grado de relevancia concedida al turismo en la política municipal; nivel de coordinación interdepartamental; nivel de colaboración con otras Administraciones Territoriales; y nivel de información sobre la actividad turística del municipio) que otros (colaboración con el sector privado; dotación presupuestaria en el capítulo de turismo; existencia de planes de turismo; y nivel de colaboración con otros municipios).

Los Condicionantes de la Actividad Turística de Interior

Los cuestionarios municipales y el Grupo de Trabajo han permitido identificar y analizar los factores condicionantes del turismo de interior en la Comunitat Valenciana. El Gráfico 2 recoge la importancia asignada por los municipios a determinados problemas mientras que la Tabla 1 ilustra el grado de consenso de los participantes en el Grupo sobre determinados enunciados propuestos por el equipo investigador. Aunque los participantes en ambas técnicas de investigación no responden exactamente a las mismas preguntas, se observan puntos comunes y, en cierto modo, divergentes.

El problema más destacado en los cuestionarios municipales es el escaso grado de concienciación social en torno al turismo, una valoración que contrasta con la importancia concedida al mismo por los ayuntamientos y que no alcanza un grado de consenso significativo en el Grupo de Trabajo. No obstante, los problemas más acusados (por encima del 75% del porcentaje acumulado) coinciden, en cierto modo, con los resultados del Grupo de Trabajo. Se trata de aspectos como la falta de dinamismo empresarial y de una oferta diversificada, así como de alojamiento comercial y de una reducida oferta lúdica y de entretenimiento, y, en relación con estos factores, la existencia de una fuerte estacionalidad. En este sentido, los participantes en el Grupo de Trabajo, con un grado de consenso relativamente elevado, consideran que no se ha consolidado todavía una oferta de turismo de interior competitiva, que hay un déficit de estructuración de productos e insuficientes empresas de actividades y de servicios turísticos, aspectos relacionados con la falta de dinamismo empresarial y el reducido impacto económico de esta modalidad turística. Por otra parte, consideran fundamental el papel del asociacionismo empresarial, a la vez que critican la descoordinación de la Administración Autonómica y las relaciones de colaboración entre Administración y empresas. Se critica la inoperancia de los municipios de interior por falta de medios, una valoración que no se ha constatado en los cuestionarios municipales, seguramente porque el número de municipios de pequeño rango demográfico que ha participado ha sido escaso.

Entre los problemas percibidos con un nivel de importancia considerable por los municipios (50-75% del porcentaje acumulado) cabe mencionar el insuficiente transporte público y la escasa valorización de la cultura local. No se considera tan importante el déficit de infraestructuras de comunicación como ocurre en el Grupo de Trabajo, pero sí existe acuerdo en la infrautilización turística del patrimonio de las comarcas de interior, una percepción que se proyecta sobre las actuaciones desarrolladas y previstas que se abordarán más adelante.

Con la excepción del riesgo de incendios, los aspectos relativos a la gestión medioambiental no se consideran problemáticos por parte de los municipios (residuos, aguas, vertidos, áreas recreativas, etc.), ni siquiera la presión urbanística, aunque sí existe una cierta preocupación por el deterioro del paisaje, una valoración compartida con los participantes del Grupo de Trabajo, que

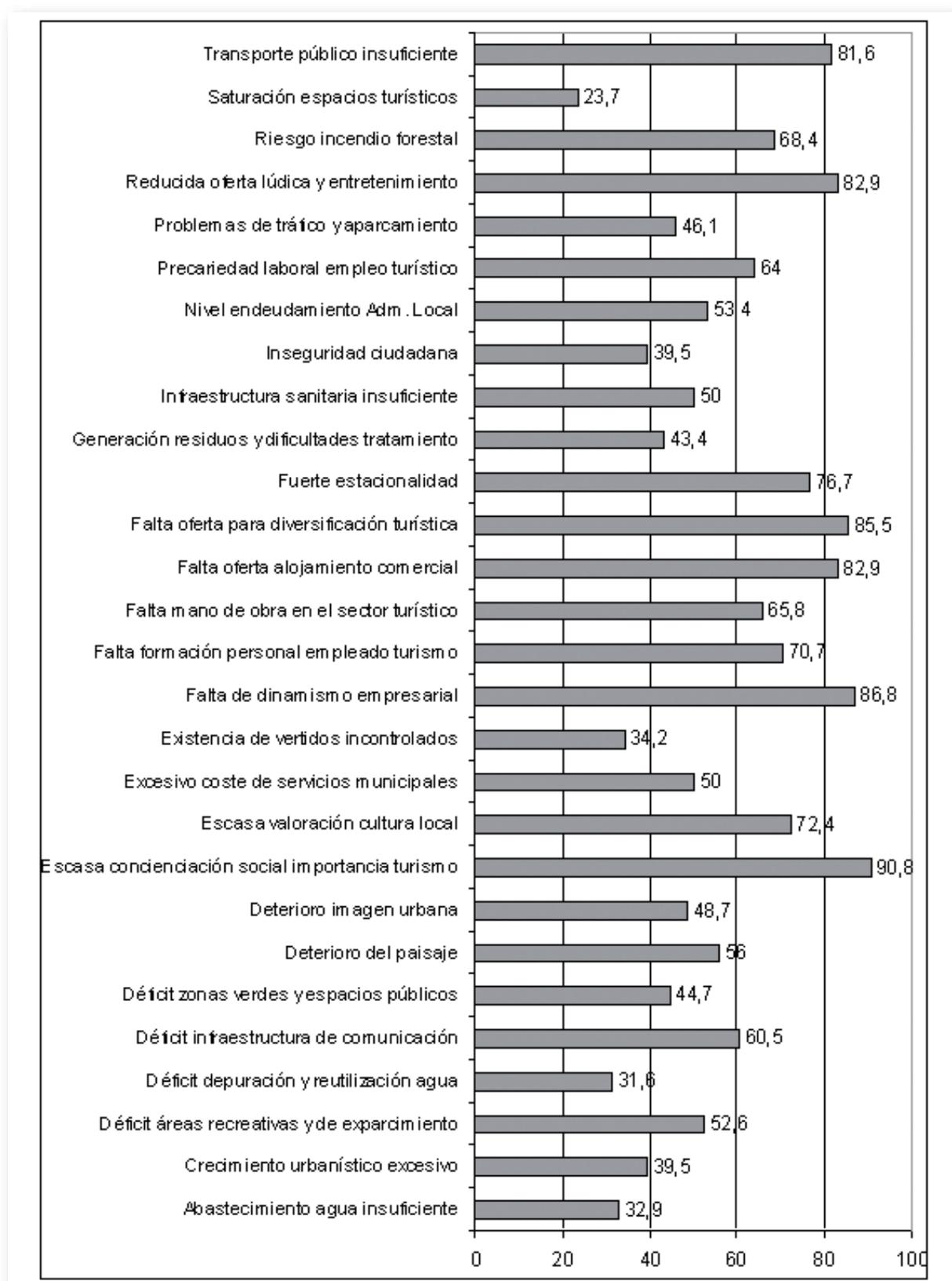


Gráfico 2.- Importancia asignada a los problemas para el desarrollo del turismo en municipios de interior.

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana.

* Los valores expresan el porcentaje acumulado de respuestas correspondientes a "Muy importante", "Bastante importante" e "Importante".

CUESTIONES PLANTEADAS	% Desacuerdo	% Acuerdo
El asociacionismo empresarial está contribuyendo positivamente al desarrollo del turismo.	3	66
El nivel de gasto y el impacto económico del turismo de interior es reducido.	21	65
El turismo de interior está bien estructurado en productos.	49	10
En determinadas comarcas, existe un volumen excesivo de alojamiento.	52	17
En la CV se ha consolidado una oferta de turismo de interior competitiva.	44	10
Existe una buena coordinación entre todos los departamentos de la Admón. Autonómica.	10	66
Existen suficientes empresas de actividades y servicios.	56	3
Falta dinamismo empresarial para acometer nuevos proyectos turísticos de interior.	13	73
La colaboración entre Admón. y las empresas privadas es adecuada.	48	14
La expansión de las 2as residencias resulta positiva para el desarrollo competitivo y sostenible.	63	24
La imagen del turismo de interior es todavía débil.	10	76
La riqueza natural y cultural del interior está infrautilizada para el turismo.	3	94
La sensibilización social en torno al turismo es satisfactoria.	41	49
Las limitaciones de las infraestructuras de comunicación perjudican al turismo.	10	83
Las políticas de conservación del paisaje son eficaces.	58	21
Las políticas de conservación del patrimonio histórico y cultural son eficaces.	55	24
Los municipios de interior son prácticamente inoperantes en turismo por falta de medios.	11	78
No se han encontrado fórmulas eficientes para generar una óptima complementariedad litoral-interior.	3	83

Tabla 1.- Grado de acuerdo/desacuerdo en torno a condicionantes del turismo de interior.

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana.

*Los valores recogen el porcentaje acumulado del grado de acuerdo ("Totalmente de acuerdo" y "De acuerdo") y de desacuerdo ("Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo"). No se indica el porcentaje de respuestas correspondientes a "Ni en desacuerdo ni de acuerdo".

critican la eficacia de las políticas de protección del patrimonio natural y cultural. Por último, desde el punto de vista del empleo, los municipios conceden importancia a la falta de mano de obra, profesionalidad y precariedad laboral. Los participantes en el Grupo de Trabajo, por otra parte, no valoran positivamente la expansión de las segun-

das residencias, consideran todavía débil la imagen del turismo de interior y juzgan que no se han encontrado fórmulas eficientes para la complementariedad litoral-interior.

Líneas de Actuación Sugeridas en Materia Turística

De los cuestionarios municipales se desprenden toda una serie de propuestas de actuación para la mejora del turismo de interior. En apretada síntesis, cabe estructurar las propuestas en los siguientes bloques temáticos: recursos turísticos, oferta turística, ordenación del territorio, infraestructuras y servicios básicos, productos turísticos, promoción, información y comercialización y gestión turística a escala municipal y supramunicipal.

En materia de recursos, las actuaciones propuestas por los agentes locales giran en torno a la conservación, adecuación y musealización de recursos de índole patrimonial (castillos, iglesias, ermitas, corrales, pozos de nieve, etc.), el mantenimiento de la actividad agraria como clave para la gestión de los paisajes tradicionales (terrazas de piedra seca, bancales, cultivos, caminos rurales, sistemas de riego, etc.), la adecuación y protección de espacios naturales, la adecuación de senderos y su señalización, o la recuperación de la gastronomía local y la creación de parques culturales.

Por su parte, las propuestas sobre oferta turística se encaminan hacia la mejora de la calidad de las instalaciones y los servicios prestados, la creación de oferta hotelera y la ampliación de la oferta complementaria existente.

Respecto a la ordenación del territorio y planeamiento urbanístico, se apuesta por intervenir de un modo más racional y respetuoso con el patrimonio natural y cultural e implantar una mayor disciplina urbanística en los municipios interiores, sobre todo frente a las crecientes demandas asociadas a proyectos de grandes actuaciones residenciales.

Las actuaciones solicitadas por los agentes locales en materia de infraestructuras y servicios básicos se incardinan básicamente hacia la mejora de las carreteras que sirven de acceso a los municipios rurales de montaña y la creación de equipamientos deportivos.

Sobre la creación de nuevos productos turísticos, los encuestados apuestan por nuevos y, a veces, curiosos productos en función de sus recursos endógenos, y su mayor o menor interrelación con los municipios turísticos litorales. De esta manera, se recogen propuestas vinculadas a la salud y el relax (termalismo), a la cultura local, el ocio activo e, incluso, el golf y los parques temáticos. Otras propuestas tienden más hacia la complementariedad

de productos ya existentes y el diseño de paquetes turísticos.

Con respecto a la promoción, información y comercialización las actuaciones se centran en la creación o ampliación de las oficinas de información turística, la puesta en marcha de centros de visitantes, la realización de visitas guiadas, la creación de marcas turísticas supramunicipales, la potenciación de las páginas webs municipales (en varios idiomas) y el aumento de la promoción y la publicidad (campañas de difusión, asistencia a ferias especializadas, etc.), haciendo especial hincapié en la comunicación de eventos y fiestas locales.

Por último, sobre la gestión turística a nivel municipal y supramunicipal se apunta toda una amplia gama de estrategias encaminadas hacia la generación de confianza en el empresariado local, el fomento de la iniciativa privada, la concienciación de todos los sectores implicados, el desarrollo de mecanismos de colaboración con el sector privado, la formación del tejido empresarial (sobre todo en idiomas), la sensibilización de la población local, el fomento de la colaboración supramunicipal, la realización de planes estratégicos de turismo, el incremento de las inversiones públicas, el aumento de las dotaciones de personal técnico en turismo (sobre todo indefinidos), la declaración de municipios turísticos y la reclamación de un mayor grado de coordinación entre las diputaciones provinciales y la Conselleria de Turisme.

La Colaboración Supramunicipal con Fines Turísticos

La colaboración supramunicipal resulta prácticamente ineludible para los municipios interiores que no disponen de financiación suficiente para abordar por cuenta propia iniciativas relevantes de promoción y comercialización, organización de eventos, formación y realización de estudios y planes. Además, en materia de ordenación y valoración de recursos, resultan determinantes las dinámicas de complementariedad territorial¹¹. La misma configuración de productos y rutas de turismo comarcal exigen actuaciones conjuntas, sobre todo cuando las entidades locales carecen de la capacidad suficiente para atraer demanda y, en el mejor de los casos, generar estancias superiores a dos días.

En otra vertiente, no se pierde de vista la opción de trabajar con los municipios litorales a fin de

conseguir una interacción de flujos turísticos, que supone un atractivo para la diversificación e incluso descongestión de los municipios del litoral y una nueva oportunidad de ingresos para los municipios interiores. Especialmente en una comunidad donde el punto más alejado del litoral dista 110 kilómetros en línea recta desde la ribera del mar. Es decir, que el interior es accesible desde los grandes destinos turísticos costeros, además de su proximidad a las mayores entidades urbanas.

Las principales líneas de trabajo entre entidades locales que vienen funcionando en la actualidad se centran en la promoción (diseño de folletos, asistencia a ferias, organización de encuentros y viajes de familiarización), así como en la organización de eventos (mercadillos y ferias de artesanía y gastronomía), la gestión de parques naturales y culturales, la creación de rutas turísticas y senderos naturales de pequeño recorrido y la organización de excursiones desde el litoral.

valorización del patrimonio, la necesidad de una mejor estructuración de la oferta turística, la colaboración entre municipios y la cooperación territorial en las políticas de promoción y diseño del producto, la necesidad de planificar procesos frente a las tendencias espontáneas, la concertación público-privada, o la coordinación entre administraciones.

CONCLUSIONES

A partir de la década de los noventa, la política turística autonómica, junto con el efecto de los programas europeos y las propias iniciativas endógenas, han configurado progresivamente una oferta turística de interior que alcanza, para la Comunitat Valenciana, en la actualidad más de 32.000 plazas de alojamiento. Esta dinámica requiere una planificación dotada de instrumentos operativos que contemplen la participación social y el papel de los agentes locales. En este contexto se enmarca la presente investigación a partir de los resultados de los cuestionarios municipales y de un Grupo de trabajo sobre Turismo de Interior.

Los resultados ponen de relieve el enorme grado de confianza y, quizá, las excesivas expectativas depositadas en el turismo como factor de desarrollo, en contraste con el reconocimiento de las limitaciones estructurales que deben superarse para afrontar con éxito la configuración de un modelo turístico competitivo y sostenible. Aparecen de este modo una serie de cuestiones clave, como la

11 La colaboración entre municipios en temas de turismo se materializa mediante la creación de Mancomunidades que incorporan el turismo entre sus líneas de actuación o se centran en éste de forma específica. En la actualidad, referidas exclusivamente a espacios de interior, vienen funcionando cuatro mancomunidades en Castellón (Maestrazgo, Els Ports, Espadán-Mijares y Alto Palancia), nueve en el interior de València (Rincón de Ademúz, Alto Turia, Serranía, Camp de Turia, El Tejo en Requena y Utiel, Hoya de Bunyol-Chiva, Canal de Navarrés, Ribera Alta y Vall d'Albaida) y tres en Alicante (El Xarpolar, Pego y la Vall de Pop).

RECURSOS	Recuperación de cauces e infraestructuras hidráulicas asociadas.
	Conexión de senderos locales y de pequeño recorrido.
	Convenios de colaboración para la mejora de los senderos naturales.
	Creación de vías verdes.
	Creación de aulas de la naturaleza.
	Organización conjunta de eventos, fiestas, ferias de artesanía y otras actividades turísticas.
OFERTA	Colaboración entre las Agencias de Desarrollo Local para incentivar la creación de oferta turística.
INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS	Mejora de infraestructuras y servicios supramunicipales.
	Creación de áreas de ocio comunes.
	Creación de programas culturales.
PRODUCTOS	Creación de productos turísticos y rutas temáticas (vino, cultura, termalismo, gastronomía, castillos, etc.).
	Oferta de rutas organizadas a los municipios litorales.
	Organización de paquetes turísticos.
PROMOCIÓN, INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	Promoción de elementos naturales comunes (sierras y embalses).
	Diseño y elaboración de material divulgativo conjunto.
	Coordinación entre los municipios que disponen de Tourist Info.
	Coordinación de visitas guiadas.
	Feedback entre municipios vecinos.
	Creación de marcas turísticas.
COOPERACIÓN PÚBLICA-PRIVADA	Creación de mesas de turismo.
	Intercambio de experiencias entre municipios con modelos similares.
	Creación de mancomunidades turísticas.
	Realización de planes de actuación entre municipios mancomunados.
	Confección de estudios y estadísticas.
	Desarrollo de actividades formativas en materia turística.

Tabla 2.- Actuaciones de colaboración supramunicipal en materia turística previstas por los agentes locales de la Comunitat Valenciana.

Fuente: Elaboración propia a partir de los cuestionarios municipales del Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana (2007).

BIBLIOGRAFÍA

Blanquer, D. (dir.) (2006): *Turismo en espacios rurales*. 8º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. Valencia, Edición de Tirant Lo Blanch, 518 pp.

Cànoves, G. et al. (2003) Turismo rural y desarrollo rural: Perspectivas y futuro en Cataluña, Baleares y Galicia, *Serie Geográfica*, 11, pp. 117-140

Cànoves, G., Villarino, M. y Herrera, L. (2006): Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 199-217.

Cals, J., Capella, J. y Vaqué, E. (1995): *El turismo en el desarrollo rural de España*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Cruz Orozco, J. (1997). El turismo en los espacios rurales del País Valenciano. *Los turismos del interior. El retorno a la tradición viajera*. (Valenzuela Rubio, M.) Madrid, Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, pp. 663-673.

Consejo Superior de Investigaciones Científicas (1995): La demanda turística española en espacio rural o de interior: situación actual y potencial, Madrid, Instituto de Economía y Geografía del CSIC.

Díez Santo, D. (2007). Flujos turísticos y dinámicas de complementariedad territorial: la promoción en los destinos litorales de Alicante. *Papers de Turisme*. 40: 67-91.

Ivars Baidal, J. A. (1997). ¿Constituye el turismo la mejor apuesta para el desarrollo rural?. *Los turismos de interior. El retorno de la tradición viajera*. (Valenzuela Rubio, M.). Madrid, Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid: 675-683.

Ivars Baidal, J. A. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*. 23: 59-88.

Mantecón, A. (2008): *La experiencia del turismo*. Barcelona, Icaria ediciones, 298 pp.

Reyna, S. (1994). *Actas del Seminario sobre Turismo Rural en el Desarrollo Local*, Laredo 22-26 julio 1991. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Riley, R. & LOVE, L. (2000): The State of Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*. 27: 164-187.

Sancho Comins, J. y Vera Rebollo, J. F. (coords) (2008): *Atlas del Turismo en Espacios Rurales y Naturales de España*. Atlas Nacional de España. Madrid, Instituto Geográfico Nacional, Centro Nacional de Información Geográfica, 368 pp.

Solsona Monzonís, F. J. (1999). *El turismo rural en la Comunidad Valenciana: análisis y planificación. Aplicación al Alto Mijares*. Castelló de la Plana, Sociedad Castellonense de Cultura.

Valenzuela Rubio, M. (1997): *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Madrid, Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, 750 pp.

Valdés, L. y Del Valle, E. (2006): Situación y estrategias del turismo rural en España. *Turismo en espacios rurales. 8º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa* (Blanquer, D.). Valencia, Edición de Tirant Lo Blanch, pp. 11-28.

Vera, J. F. y López Palomeque, F. (2001): Espacios y destinos turísticos. *Geografía de España* (Gil, A. y Gómez, J.). Barcelona, Ariel, pp. 545-571.

Vera, J. F., Ivars, J. A., Obiol, E., López, D.; Rodríguez, I. (2008): Una experiencia en la planificación de áreas y destinos turísticos: el Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana. *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*. (Troitiño, M. A.). Cuenca, Edición de la Universidad de Castilla-La Mancha, colección estudios. 12: 663-683 pp.

Yepes, V. (2006): Calidad y turismo en espacios rurales. Una aproximación desde la situación de la Comunidad Valenciana. *Turismo en espacios rurales. 8º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa* (Blanquer, D.). Valencia, Edición de Tirant Lo Blanch, pp. 79-98.