

TURISMO SOSTENIBLE EN EL INTERIOR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: POSIBILIDAD DE UN DESARROLLO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO AL DEL «SOL Y PLAYA»

VÍCTOR YEPES PIQUERAS
INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ (ITVA)

VÍCTOR YEPES PIQUERAS
INGENIERO DE CAMINOS, CANALES Y PUERTOS
JEFE DEL ÁREA DE INFRAESTRUCTURAS Y AYUDAS
PROFESOR ASOCIADO
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

PAPERS DE TURISME 17, pp. 75-87, 1995

R E S U M E N

*T*OURIST ACTIVITIES ARE OF DECISIVE ECONOMIC and social importance to the Land of Valencia. Yet the development of traditional mass-produced "sun and beach" tourism has produced environmental and product-quality problems. It is generally accepted today that sustainable tourist development is the only way to generate viable economic activity for both the present and the future. Improved environmental and scenic quality now plays an important role in tourist demands. These concepts, together with the Land of Valencia's specific configuration, comprising a picturesque interior with ample possibilities for tourist development, serve as a basis for the incorporation of more appropriate strategies avoiding one-sided tourist models which are no longer viable. This paper reviews new modes of tourism and defends the compatibility and complementary nature of coastal tourism, while establishing its specificity and limitations. Lastly, the initiatives which have been implemented by the public sector for the promotion of tourist development are reviewed.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA TIENE UNA IMPORTANCIA económica y social decisiva en la Comunidad Valenciana. Sin embargo el desarrollo de un turismo masivo tradicional de «sol y playa» ha originado conflictos y problemas medioambientales y de calidad de producto. Hoy día se acepta que un desarrollo turístico sostenible es el único capaz de generar actividad económica viable en el presente y en el futuro. La preocupación por la calidad ambiental y territorial, a su vez, es una exigencia creciente de la demanda turística. Estas premisas, junto con la especial configuración territorial de la Comunidad Valenciana, que cuenta con un interior con amplias posibilidades de desarrollo turístico, permiten incorporar estrategias acertadas que no repitan modelos que se han demostrado como equivocados. El artículo da repaso a estas modalidades de turismo justificando la compatibilidad y complementariedad con el turismo de litoral, estableciendo sus características y limitaciones. Por último se recogen las iniciativas que desde el sector público se han puesto en marcha para incentivar su desarrollo.

TURISMO SOSTENIBLE EN EL INTERIOR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: POSIBILIDAD DE UN DESARROLLO TURÍSTICO COMPLEMENTARIO AL DEL «SOL Y PLAYA»

VÍCTOR YEPES PIQUERAS

INSTITUT TURÍSTIC VALENCIA (ITVA)

1. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE BASADO EN RECURSOS MEDIOAMBIENTALES Y SOCIALES

EL MODELO TURÍSTICO QUE SE HA DESARROLLADO EN la Comunidad Valenciana descansa sobre la oferta de unos atributos naturales tales como las playas y la climatología, y en la diferencia de precios como principal incentivo de captación (Vera, 1990). Sobre estas premisas se confeccionaron productos turísticos convencionales basados en la clásica fórmula de sol y playa, que en algunos casos restaron exotismo y calidad ambiental a la Comunidad Valenciana como destino turístico. Entre otros factores, la aparición de nuevos mercados que gozan de un posicionamiento más competitivo en dichas materias y el paulatino cambio en las tendencias de la demanda, cada vez más cualificada, obliga a la realización de los esfuerzos necesarios para la consecución de unos óptimos niveles de calidad en nuestro entorno.

Se ha venido considerando el desarrollo del turismo y la conservación del medio ambiente como **dos objetivos antagónicos e incompatibles**. No obstante, hoy en día parece clara la consideración de ambos conceptos como partes integrantes de un **macrosistema interrelacionado** (Ducasse, 1991), y como dos realidades **sinérgicas** (Elliot, 1990). Un crecimiento turístico desordenado puede conducir a los efectos más perniciosos tales como la destrucción de los hábitats naturales y la pérdida de suelo, el mal uso de los escasos recursos hídricos, la proliferación de residuos sólidos, el tratamiento inadecuado de las aguas residuales, la pérdida de los valores e identidad propios de la comunidad receptora y la dependencia de la pobla-

ción local de los ingresos que provienen del turismo estacional como su principal o única actividad económica. La Declaración de La Haya adoptada por la Conferencia Interparlamentaria sobre Turismo el 14 de abril de 1989 de la Organización Mundial del Turismo señalaba en sus Principios que: *«la integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental del desarrollo del turismo. Además, una gestión racional del turismo puede contribuir, considerablemente a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como al aumento de la calidad de vida»*.

El propio Tratado de la Unión Europea, firmado el 7 de febrero de 1993, prevé en el artículo B de su Título I, el *«promover el progreso económico y social equilibrado y sostenible»*. Por su parte, el artículo 130 R, dedicado a explicitar el alcance de esta política comunitaria de carácter medioambiental se propone, junto a la conservación, protección y mejora de la calidad del medio ambiente, *«la utilización prudente y racional de los recursos naturales»*. Estos objetivos europeos son plenamente asumibles y aplicables al desarrollo turístico, ya que entre otros factores, el turismo se presenta como una función productiva basada en el aprovechamiento de los recursos naturales, siendo por tanto necesario armonizar la conservación y el desarrollo (1).

Un **desarrollo turístico sostenible** (2) debe perseguir un mayor equilibrio en las complejas interrelaciones entre visitante, entorno turístico y comunidad local receptora; exige

satisfacer los requerimientos del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras para cubrir sus necesidades en el futuro. Sostenible entendido en varias vertientes: **sostenibilidad ecológica** preservando la biodiversidad y el mantenimiento de los recursos naturales, **sostenibilidad social y cultural** en el sentido de posibilitar que los pueblos afectados puedan mantener el control de sus propias vidas y su identidad como comunidades y **sostenibilidad económica**, de modo que sea capaz de generar empleo y rentas por sí mismo. Dichos conceptos de sostenibilidad se hallan interrelacionados y son compatibles como objetivos a perseguir si pretendemos un turismo no destructor de la naturaleza ni degradante para las personas, capaz de generar actividad económica viable en el presente y en el futuro. Un turismo sostenible debe ser inofensivo, medioambientalmente beneficioso y socialmente responsable.

Una **visión integradora** cuyo propósito sea el mantenimiento de rentas a largo plazo es un planteamiento positivo de cara a la planificación de las actividades turísticas. Para el entorno, se conseguiría una movilización mayor de recursos económicos para su conservación. Es indudable que, cada día más, un medio ambiente valioso y bien conservado es considerado como una premisa y un objetivo fundamentales para el turismo. Los beneficios, costes y riesgos del turismo dependerán fundamentalmente de la estrategia de desarrollo elegida.

2. CALIDAD TERRITORIAL Y AMBIENTAL COMO MOTIVO DE DECISIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

Hay que tener presente en todo momento el valor que en la actualidad se concede a la **calidad ambiental y territorial** por parte de la demanda turística. Hoy en día, la práctica totalidad de los estudios que abordan esta temática coinciden en apuntar que dicha cualidad constituye una de las variables más importantes que tiene en cuenta el consumidor a la hora de elegir un destino turístico. Los elementos de calidad que más percibe el turista son la del aire, del suministro de agua, de las aguas de baño, la limpieza ambiental, el nivel de ruidos, la capacidad del sistema de drenajes, el nivel de congestión peatonal y de vehículos, la estética del ambiente construido, la extensión del paisaje y de los espacios abiertos, el estado de conservación de los edificios, la jardinería civil, las carreteras y los paseos, entre otros. Respecto a la Comunidad Valenciana, los estudios realizados (ITVA, 1991), indican que la calidad ambiental supone un elemento indispensable para un mejor posicionamiento del producto turístico en sus distintos mercados.

Por ejemplo, en el caso del mercado alemán (3), que por su enorme potencial hay que tener muy en cuenta, y según una encuesta (realizada por el Studienkreis für Tourismus) sobre motivaciones de los turistas alemanes de la antigua Repú-

blica Federal, ya en 1985 se consideraba «*vivir en la naturaleza*» y «*alejarse de un ambiente contaminado*» como factores muy importantes para realizar desplazamientos del lugar de residencia habitual por motivos vacacionales. «*Vivir en la naturaleza*» se situaba entonces, y se trata de una tendencia creciente, en cuarto lugar, detrás de motivaciones como «*descansar*», «*recuperar fuerzas*» o «*alejarse de la rutina diaria*». El 40% de los turistas alemanes mencionaba esta motivación como primordial para elegir el lugar de sus vacaciones.

3. DUALIDAD TERRITORIAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA COMO BASE DE UNA PROPUESTA DE TURISMO DE INTERIOR

La concienciación del peligro de desaparición de los recursos naturales, las presiones crecientes de la vida urbana, la insatisfacción del turismo convencional (congestionado y sobredimensionado), el interés por nuevas experiencias, el deseo de «autenticidad», la mejora de accesos a áreas naturales y la promoción y publicidad sobre estos temas han provocado el surgimiento de un turismo territorialmente difuso y no masificado, que algunos denominan verde, ecoturismo, turismo natural o turismo rural.

La Comunidad Valenciana, dada su especial configuración geográfica, cuenta con una longitud de costa de 485 kilómetros y una superficie total de 23.256 Km², lo cual supone una anchura media de unos 50 Km, que configuran al territorio como un espacio en el que no existe prácticamente ningún punto del mismo cuya distancia al mar pueda ser considerada importante. No obstante, contra lo que pudiera indicar un dato como el anterior, no se configura como un territorio bajo y poco accidentado. Sólo la cuarta parte de su superficie se encuentra a menos de 200 m. de altitud, mientras que casi otro tanto se halla por encima de los 800 m. Esta **doble personalidad territorial**, de litoral y montaña, influye considerablemente en su medio ambiente, distribución de población, actividad económica, y posibilita, en una franja tan estrecha, un turismo de litoral complementado con otro de interior, con grandes potencialidades. Ambas vertientes turísticas se pueden ver favorecidas mutuamente.

Por la referida estructura dual de nuestro territorio, denominaremos «**turismo de interior**», a aquel tipo de turismo desarrollado en las comarcas interiores de nuestra Comunidad. Se califica así para contraponerlo al concepto de turismo convencional desarrollado en costa (4). Dicho concepto englobaría distintos «*productos turísticos*» tipificados según las actividades realizadas, comprendiendo no sólo los relativos a ecoturismo, turismo verde, agroturismo, turismo de aventuras, etc., sino que combinarían actividades tales como turismo cultural, turismo de

pueblos y ciudades, turismo de salud, etc. El motor de desarrollo de una oferta atractiva va a ser las posibilidades y amplitud de actividades de ocio que van desde el cultural y monumental, basado en el gran valor del patrimonio histórico-artístico, arquitectónico y etnográfico existente, al ocio deportivo, paisajístico y de naturaleza, al ocio tradicional de fiestas, folclore, gastronomía y artesanía. Es importante destacar que, debido a la estructura territorial de nuestra Comunidad, dicho **turismo de interior debe de entenderse como compatible y complementario al turismo de litoral**, contribuyendo además a la necesaria diversificación y cualificación del producto turístico, mejora de su estacionalidad y la penetración en nuevos segmentos de mercado.

Cabría indicar que los esfuerzos y recursos destinados a dicho turismo lo son a medio y largo plazo, tratando de orientar las estrategias correctas en cuanto a su desarrollo, que siempre debe ser limitado para garantizar su calidad. La implantación será lenta y ordenada, sin generar expectativas excesivas que no puedan ser satisfechas. No obstante, esta diversificación del producto turístico valenciano no nos debe enmascarar o hacer olvidar que es imperativo abordar los problemas básicos de nuestro modelo cuantitativo de recepción turística (5), debiéndose destinar los esfuerzos y recursos necesarios para situar al sector en condiciones de competir, donde el turismo de interior nunca podrá ser alternativo al tradicional de «sol y playa», ni en sus magnitudes ni en su diseño, y sí puede ser una herramienta más en cuanto a la diversificación y cualificación del producto turístico valenciano, pero ni la única ni la principal. Debe incardinarse dentro de un modelo territorial global valenciano, donde la economía, el medio ambiente y el territorio queden imbricados de forma que posibiliten el desarrollo en un futuro inmediato, con una planificación territorial seria.

Todo ello nos lleva a considerar la existencia de nuevas modalidades de turismo, que deben entenderse siempre desde dos puntos de vista, coordinados y no contrapuestos:

a) Desde un punto de vista **sectorial o vertical**, constituye un producto turístico más, que debe tratarse con los criterios de calidad, autosuficiencia económica, adecuación al entorno social y físico, etcétera. Existe una creciente motivación por parte de la demanda de «*productos turísticos*» que permitan el disfrute y contacto con medios naturales no degradados. Turismo rural, ecoturismo, agroturismo, turismo de interior son distintas modalidades de turismo.

b) Desde un punto de vista **territorial u horizontal**, es un elemento más, relevante pero no el único, de las políticas de desarrollo rural. Existen en nuestra Comunidad espacios interiores, a los cuales, un

desarrollo equilibrado del turismo podría reportar beneficios tales como mejora y complemento de las rentas rurales (6), ralentización de la emigración a las zonas urbanas, conservación y rehabilitación de espacios y arquitectura rural, mantenimiento de explotaciones agrícolas y ganaderas en áreas marginales, apoyo al desarrollo de la artesanía local, vertebración del espacio interior, etc.

Este tipo de terciarización es particularmente aplicable a determinadas zonas de la Comunidad Valenciana, dentro de un planteamiento de equilibrios territoriales y cohesión económica y social (7). Sin embargo, ni va a ser la panacea ni la tabla de salvación a los problemas seculares de las comarcas de interior. Fue preciso reformar la Política Agraria Común hacia funciones de servicios, evidenciando el problema de los excedentes agrícolas y el alto coste financiero de su mantenimiento (Cruz, 1993). La dualidad litoral-interior, evidente desde el punto de vista geográfico, se extrema en términos demográficos y económicos. Tres quintas partes de los espacios de la Comunidad son regresivos o altamente regresivos en cuanto a su demografía. Las áreas del interior han perdido población total, y la que resta ha perdido dinamismo, al estar envejecida. Las comarcas litorales, con menos de un tercio de la superficie total, acogen las tres cuartas partes de la población (8) y generan cerca de cuatro quintos del P.I.B. de la Comunidad.

Asimismo podemos encontrar una fuerte diferenciación en cuanto a la situación medioambiental y territorial. En el litoral los problemas surgen de la concentración demográfica y económica en una estrecha franja donde compiten agricultura, industria, infraestructuras, urbanización, equipamientos turísticos, etc., mientras que en el interior, dejando problemas puntuales, las dificultades surgen del abandono de prácticas agrarias tradicionales y despoblamiento demográfico y cambios en el uso del suelo que han agravado cuestiones tales como incendios forestales (9), desertificación y pérdidas de suelo (10) en un territorio como el mediterráneo, con precipitaciones torrenciales, suelos frágiles y pendientes acusadas.

4. MODALIDADES DE TURISMO DE INTERIOR EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La demanda actual de turismo en el espacio rural valenciano guarda similitudes al resto de autonomías. Se trata de un turismo difuso, cuyos focos de emisión son fundamentalmente las grandes ciudades, de carácter familiar y espontáneo, donde existen grandes vínculos familiares de los visitantes en el espacio rural, de gran estacionalidad, de clases medias y modestas, que normalmente recurre a alojamientos privados (propios o de familiares y amigos), cuyo grado de satisfacción y fidelidad son altos, y son vacaciones de carácter pasivo y con bajo

nivel de gasto (Bote, 1988). Según un estudio realizado por el Instituto de Economía y Geografía del CSIC en 1983, realizado a las familias de ciudades de más de 100.000 habitantes, el 43,8% de las mismas pasó sus vacaciones en espacio rural. La Comunidad Valenciana recibió el 7,44% del total de dicha demanda, siendo el origen de la misma, en más de tres cuartas partes la propia Comunidad. Para la zona de las Comunidades de Valencia y Murcia, el porcentaje de pernoctaciones en alojamientos privados no comerciales sería del 87,8%, siendo únicamente el 7,7% del total los que usarían alojamientos comerciales (hoteles y asimilados, campings) y alojamientos privados comerciales (alquiler de habitaciones, casas o apartamentos). El resto lo constituirían la acampada libre y otros.

Una encuesta más reciente, realizada en diciembre de 1993 por el ITVA en la comarca del Alto Palancia, viene a confirmar, en líneas generales, el perfil del turista que hoy en día está usando el espacio rural. El 92% de la demanda tiene su origen en la provincia de Valencia. El 84% conocía ya la zona y sólo el 8% la visita por primera vez. El viaje se organiza en un 90% de forma individual y con coche propio. El 20% se alojó en hotel, fonda, pensión o camping, y un 42% en casa propia, de amigos o familiares. Suelen ser familias o parejas en un 81%, con niveles económicos modestos, el 70% con nivel de ingresos menores a 2,5 millones. Sólo un 55% visita otro municipio que no sea el propio de alojamiento. El 81% emplea menos de 6.000 ptas. al día por persona, gastando el 31% menos de 3.000 ptas. El 97% del total piensa volver, siendo sus motivaciones el «estar bien» el 43% o «amigos/familia» el 10%.

Esta modalidad de turismo, a la cual podríamos denominar como **«turismo tradicional en espacios rurales»**, es un turismo con una demanda cautiva, fiel, poco exigente con el medio, con niveles de gasto y actividades complementarias moderados, y que es propietaria o lo será por vínculos familiares, de una gran parte del patrimonio inmobiliario de los pueblos. No obstante ello, es un turismo de gran importancia económica, cumpliendo con características de dimensión social y de retorno, y que a pesar de su arraigo no ha conseguido generar empleos suficientemente atractivos que evite la emigración, y que no ha supuesto la base de un desarrollo local. Esta modalidad turística presenta puntos de vista y planteamientos en cuanto a motivaciones, objetivos o estrategias de desarrollo diferentes a las nuevas modalidades de turismo rural.

Desde un enfoque económico, socio-cultural y medioambiental, el segmento de más interés y potencialidad sería una demanda con altas motivaciones de calidad ambiental, que busca un turismo activo, que tiene niveles de renta medio-altos, que se aloja en establecimientos comerciales, y que busca cierta integración en la cultura rural como contraposición a la vida urbana. Es una oportunidad para responder, por parte de la oferta,

con criterios de calidad de servicio al cliente, sobre todo teniendo en consideración, que de forma genérica, la provisión de un servicio de alta calidad está siendo reconocida crecientemente como un factor crítico en el éxito empresarial por la industria hotelera (11).

Convendría clarificar las distintas definiciones o conceptos de turismo ligados a una alta calidad paisajística y ambiental en espacios rurales. Nos centraremos en el agroturismo, turismo en espacios naturales y turismo de salud, a sabiendas que existen otras modalidades como el turismo de aventura, el turismo deportivo o el turismo cultural, este último de gran importancia, donde las rutas gastronómicas, los recursos monumentales, de arquitectura tradicional, las histórico-artísticas, las fiestas populares, los museos etnográficos, etc., constituyen una de las más importantes motivaciones, aparte de las ligadas exclusivamente a las de carácter medioambiental, y que complementan los recursos necesarios para el desarrollo del turismo de interior. Se pueden delimitar o establecer fronteras conceptuales entre estas modalidades de turismo, pero la realidad será, en la mayoría de las ocasiones, mezcla o amalgama entre ellas. Un visitante que pretenda acercarse a la naturaleza por motivos de salud o de evasión, no va a ser ajeno a la cultura de las gentes que le acogen, independientemente de que se aloje en un hotel, un balneario o un caserío.

4.1. Agroturismo

Podemos denominar **«agroturismo»** a aquel segmento del turismo rural que se ubica en granjas (caseríos, masías, etc.) que puede hacer partícipe al turista de las diferentes actividades agropecuarias. Sería un producto donde la familia rural albergaría a los visitantes siendo su anfitriona. Es una más de las diversas actividades que se pueden desarrollar en espacio rural y que protagonizarían agricultores o campesinos en el marco de sus explotaciones. Velluti (1988) entiende por agroturismo *«la hospitalidad de los agricultores en alojamientos restaurados a partir de antiguos edificios rurales y en espacios al aire libre para el camping, los servicios de alimentación o comidas a base de productos de la explotación y las actividades culturales y de ocio realizadas por los turistas en las explotaciones agrarias»*. El mundo rural puede encontrar en él un aliado que contribuya a diversificar y reactivar la economía y la sociedad, conserve los espacios y la arquitectura popular, mejore los equipamientos y potencie los productos y tradiciones locales, constituya una fuente directa de ingresos y un medio de creación de empleos complementarios o alternativos a la agricultura y una forma de mantener la población en el medio rural. Se debe recuperar una tradicional estrategia de complementación y diversificación, basada en los tiempos que corren, en la prestación de servicios, y que revierta a la conservación del medio natural y social como base de una subsistencia futura (12).

El concepto de diversificación no nos debe llevar al de especialización. El agroturismo dejará de serlo cuando entre en competencia y conflicto con las propias actividades agrícolas y ganaderas. La complementariedad de rentas no debe conducir a la subordinación absoluta al turismo, con la pérdida progresiva de las prácticas agrícolas, menos rentables, ya que se perderían las motivaciones que generan la demanda de esta modalidad de turismo. Se pasaría de la dependencia de un sector primario con problemas, a otro medio como el turístico, con mayor vulnerabilidad a los cambios en la demanda. Se debe potenciar el consumo de productos locales y proteger el suelo rural en cuanto a su finalidad y uso, evitando convertirlo en producto de carácter inmobiliario. Cabe, por tanto, evitar conflictos con la agricultura y encontrar fórmulas de mutuo apoyo (Cruz, 1993). Tampoco sería deseable un desarrollo con iniciativas ajenas a la agricultura o a la población local, incluso a pesar del tradicional conservadurismo del medio agrario. Iniciativas no endógenas pueden no entender o respetar los usos tradicionales de conducta local, siendo ellas la esencia de este tipo de turismo.

Existen varias **modalidades de alojamientos rurales** que van desde el alquiler de habitaciones y casas a la acampada en el terreno de una finca. Se podrían clasificar en casa-albergue para grupos, casas rurales, que pueden ser independientes o no de la residencia de su propietario, y dentro o fuera de los núcleos urbanos, habitaciones equipadas en las casas rurales para albergar a turistas para dormir y desayunar (la gastronomía es tradicional y la mesa se comparte con los propietarios) y la acampada en finca particular, que debe contar con los servicios mínimos necesarios como agua potable, sanitarios, lavaderos, etc. No cabe entender como turística cualquier modalidad de alojamiento por el sólo hecho de prestar ese servicio, sino solamente aquella en la que el componente turístico sea reconocible con claridad y permita establecer unas exigencias mínimas de calidad. No sería recomendable crear «nuevos» alojamientos rurales, de reciente construcción, sino más bien utilizar los ya existentes, con el doble objeto de recuperar la arquitectura popular y no consumir suelo adicional, evitando mecanismos de producción inmobiliaria propios de la costa.

El desarrollo del turismo en medio rural, entendido tal y como lo hemos definido anteriormente, está en fase incipiente en la Comunidad Valenciana. Tanto la estructura agraria de nuestras comarcas, su arquitectura tradicional, cultura y costumbres, son distintas y peculiares a las que pudieran tener otros espacios u otras Comunidades Autónomas, no siendo acertado importar o trasladar modelos de otros países o regiones sin más. No existen «recetas milagrosas» en materia de desarrollo. Es imperioso un marco normativo específico que clarifique y defina las diversas modalidades de alojamientos y oferta complementaria, y que éstas se integren en redes de comercialización definidas. No obstante ello, e incentivado con diversos tipos

de ayudas, tanto Comunitarias, Autonómicas o de otras Administraciones, se están creando ya proyectos concretos con diversas fórmulas de gestión (familiar, cooperativas, propiedades privadas o mixtas, etc.).

4.2. Ecoturismo y turismo en espacios naturales

Genéricamente, cualquier flujo turístico basado en recursos naturales tales como zonas montañosas, playas, ríos, etcétera, es una forma de ecoturismo. Los componentes del producto son naturaleza, aventura y educación, combinándose de variadas formas. Con carácter más específico se podría hablar de ecoturismo como aquel turismo desarrollado en espacios naturales protegidos. E incluso se ha utilizado dicho concepto para aplicarlo a una actitud o filosofía hacia el conservacionismo del medio natural que podría ser compartida por cualquier otra faceta del turismo.

El **Congreso Mundial sobre Ecoturismo** celebrado en Belize (mayo, 1992), considera que es el *«turismo dedicado al disfrute de la naturaleza de forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales existentes en estrecha interacción con las comunidades locales y con un mínimo impacto sobre los recursos; sobre la base de apoyar los esfuerzos dedicados a la preservación y utilización de las áreas naturales donde se desarrolla, o de aquellas prioritarias para el mantenimiento de la biodiversidad»*.

La Comunidad Valenciana presenta una alta potencialidad (13) de desarrollo de turismo educacional y ecológico basado en sus espacios naturales protegidos. Sería lo que podríamos denominar como **«turismo en espacios naturales»**. Con 36,656 miles de Ha. cuenta con un porcentaje pequeño (1,7%) respecto a su territorio, en relación con la media española (14). La Conselleria de Medio Ambiente tiene protegidos espacios naturales a lo largo de toda la Comunidad: El Carrascal de la Font Roja, el Peñón de Ifach, el Montgó, el Hondo, las Salinas de Santa Pola, Lagunas de la Mata en Torrevieja, el Desierto de Las Palmas, las Islas Columbretes, el Prat de Cabanes-Torreblanca y la Albufera de Valencia. Aunque sólo la Font Roja y el Desierto de Las Palmas son áreas no costeras, hemos considerado incluir todas las áreas protegidas dentro del concepto complementario al turismo convencional de costa, basado en recursos de alta calidad ecológica y ambiental. Estos espacios resaltan porque podemos encontrar desde bosque mediterráneo de gran interés botánico, a zonas húmedas endorreicas costeras de agua dulce, a salinas, refugios de aves acuáticas, archipiélago de islas o lagos interiores de gran valor. Aparte de estas zonas, existen otras muchas, o en vías de protección, o que sin estarlo presentan valores ecológicos y medioambientales de primera magnitud (15).

Parece claro que entre los objetivos de un espacio natural protegido debe encontrarse el facilitar el acceso al públi-

co con el fin de que lo visiten y conozcan, creando en él una actitud responsable hacia la conservación de la naturaleza, salvaguardando convenientemente sus valores. Ello obliga a establecer una gestión de visitas y una **zonificación** o protección gradual de dichos espacios, para su uso directo o restringido al público.

No obstante existen gran cantidad de detractores del ecoturismo, ya que opinan que no siempre se consideran y respetan las áreas protegidas, sino que finalmente predominan exclusivamente intereses de índole económica o mercantil, que pueden provocar fuertes impactos ambientales o sociales. Dicho argumento nos obliga a ser muy rigurosos con su planificación. Requiere estudios de «**capacidad de carga**», entendiéndose por ésta la densidad máxima de visitantes o instalaciones de acogida (16) que puede albergar un ambiente determinado, sin alterar de forma irreversible sus valores ecológicos o culturales. Las dificultades estriban en la determinación de los umbrales que definirían dicho concepto, y que varían según el momento o el territorio. Se debe evitar «*amar la naturaleza hasta la muerte*», fenómeno que tiene lugar cuando se intensifica la presencia de entusiastas visitantes en ecosistemas frágiles, de forma que llega a ponerse en peligro la supervivencia de los mismos. Para que realmente se considere como un turismo «blando» o «ligero», no sólo se precisa la formación profesional del personal turístico, sino que requiere una educación de los turistas, un código de comportamiento (Marchena, 1992). Ante la duda, debiera prevalecer la conservación a la promoción turística.

4.3. Turismo de salud

Se definiría por aquel practicado por personas cuya motivación principal es la búsqueda de bienestar relacionado intrínsecamente con su salud. Evidentemente, el **turismo de salud** puede darse tanto en el interior como en la costa, pero lo contemplamos en este artículo para diferenciarlo del turismo convencional de playa. Una de las motivaciones para desplazarse es la búsqueda de un cambio en el régimen de vida habitual, pero si a eso le sumamos la alternancia de períodos de actividad terapéutica con el reposo y reacción en un medio idóneo, tendremos la manera de mantener, adquirir o recuperar la salud. Dentro de este sector (17) se incluirían tanto las estaciones termales y balnearios, de larga tradición en el mundo occidental, como otras instalaciones tales como hoteles-clínica, de reposo o centros de talasoterapia, climatoterapia o fisioterapia.

La terapia hidrotermal y los beneficios sobre la salud de las aguas minerales se conocen desde tiempos muy remotos. El ser humano, ya en sus orígenes, descubrió las propiedades de algunas fuentes que, ingiriendo sus aguas o bañándose en ellas, ponían fin o mejoraban cierto tipo de dolencias. Los des-

plazamientos motivados por estas visitas a lugares que mejoraban la salud, originaron lo que hoy podemos denominar como turismo de salud.

En la Comunidad Valenciana, desde época romana se han usado los manantiales de Bellús, Busot, Pou Clar y Fuente Calda, si bien la época de esplendor de las instalaciones balnearias no llegaría hasta bien entrado el siglo XIX y primeras décadas del XX, en que se reacondicionaron las ya existentes y se crearon nuevos balnearios, entre los que se pueden citar Benimarfull, Fuente de Baños, Nuestra Señora de Orito, Hervideros, Fuente En Segures, L'Avellà, Salinetas, Molinell, etc. Algunos de estos balnearios contaban con instalaciones de auténtico lujo y constituían en muchos casos la residencia estival y de ocio de familias de clase acomodada. Contaban con viviendas unifamiliares, hoteles para clientes, y en algún caso hasta casino, como el caso de Aguas de Busot. El tratamiento duraba generalmente nueve días, eran los famosos *novenarios*, que se hacían entre junio y septiembre.

Hasta hace algunas décadas existieron en la Comunidad más de 30 balnearios, entendiéndose en algunos casos como tales, una fuente de baños y una ligera indicación sobre su utilidad terapéutica. Con el tiempo estas instalaciones han venido a menos, entre otras causas por el avance de la medicina medicamentosa que ha desplazado al balneario como remedio curativo, la aparición del turismo de costa, que disminuye la alternativa del balneario como lugar de recreo y una falta de transformación de sus estructuras y servicios respecto a otros centros turísticos o terapéuticos que han adecuado sus recursos a la demanda (Revert, 1991). Hoy quedan muy pocas instalaciones en funcionamiento, no obstante, la vuelta al gusto por la medicina natural como terapia a enfermedades contemporáneas (estrés o artrosis) y las nuevas formas de entender los tiempos de ocio, están permitiendo recuperar estos centros, desde un doble aspecto como es el del turismo y la salud.

Una característica interesante a considerar es que un segmento muy importante del mercado corresponde a personas ya retiradas (18), una vez llegada su jubilación, que no tienen ninguna estacionalidad ni límites de estancia o fechas obligadas, lo cual puede beneficiar enormemente la implantación no temporal de estos servicios.

Por otro lado, los mayores de 55 años conforman un sector poblacional que tiene previsto para la década de los 90 un crecimiento del 6,33%, frente al 3,2% del total de la población (19), siendo por tanto un segmento de mercado con crecimiento superior a la media.

Otra demanda correspondería a las generaciones jóvenes, con mayor sensibilidad por los temas de calidad de vida personal, familiaridad con instalaciones de calidad y nivel

cultural elevado. No se trata de una actividad sanitaria, sino más bien se situaría dentro de la cosmética y el esteticismo. Este segmento constituye una colectividad con gran capacidad de consumo (como algunos centros de talasoterapia han comprobado), pero con escasa fidelidad.

La potencialidad de este mercado es elevada, y aunque en 1992 sólo un 0,2% de los españoles «tomaron aguas» en un balneario, la realidad es que desde 1989 va creciendo a un ritmo del 20% anual. En el resto de Europa el mercado está en el 5%, y en los países del Este europeo llega al 10% (MOPT, 1993).

En la actualidad existen 6 instalaciones de balneario abiertas en la Comunidad Valenciana (20), 3 en la provincia de Valencia y 3 en la de Castellón, con 1.220 plazas, siendo la mayor oferta en camas del actual turismo de interior de la Comunidad. Las instalaciones son desiguales en cuanto a su calidad y es de destacar que dos estaciones termales como Hervideros de Cofrentes y Fuentepodrida, disponen de más plazas que todos los balnearios de Cataluña o de Galicia.

5. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN EL INTERIOR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Una propuesta básica de turismo de interior, además de contar con un entorno natural y cultural determinado, unas infraestructuras de accesibilidad y servicios públicos (comunicaciones, suministros de agua y energía, etc.), debe integrar una oferta de alojamiento y de servicios turísticos complementarios, una disponibilidad inmediata de un conjunto completo de actividades de ocio, infraestructuras turísticas desarrolladas (señalizaciones, información accesible, rutas, reservas, etc.) y personal experto disponible (guías, monitores, etc.).

Según los datos de la **Encuesta Turística** elaborada por el Gabinet Tècnic de la Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme, para 1993 se comprueba que la **demanda** actual en el interior de la Comunidad Valenciana supone una incidencia muy pequeña respecto al número total de pernoctaciones habidas en establecimientos hoteleros. Se cifraron en 318.426, que representan el 4,12% del total en 1993. Un 59,04% de las pernoctaciones en el interior lo fueron en hoteles (21). La evolución de las mismas a lo largo del año permite observar claramente una punta en los meses estivales, sobre todo centrado en agosto, no obstante, el comportamiento en cada provincia es distinto. El interior de Alicante denota una curva prácticamente plana a lo largo de todo el año, lo cual indica un turismo más ligado a viajes profesionales que vacacionales. El interior de Valencia presenta una curva intermedia, menos plana que la alicantina, con un pico estival. El interior de Castellón refleja una

pauta típicamente estacional, con máximos en agosto, y con ocupaciones significativas de julio a octubre. La demanda hotelera es mayoritariamente de origen nacional en el interior, con un 11,06% de extranjeros, si bien éstos se decantan sensiblemente por el interior alicantino. Esta cifra contrasta con el 36,31% de turistas extranjeros que se alojan en establecimientos hoteleros de costa. El 50,40% de esta demanda extranjera procede de Francia, Alemania e Italia, marcando una clara diferencia cualitativa con la demanda de costa, donde el Reino Unido supone por sí solo el 55,13%. Las preferencias de este turista son los hoteles (65,13%), frente a los hostales.

En cuanto al cociente entre pernoctaciones anuales y plazas disponibles, y con datos referidos a 1993, comprobamos que los establecimientos hoteleros del interior presentan índices inferiores a la media de la Comunidad (83 frente a 166), lo cual reflejan ocupaciones menores que en la costa. No obstante, los hoteles presentan mejores indicadores que los hostales, 100 frente a 66. Ello supone una mayor utilización unitaria de las plazas de más categoría por parte de la demanda, de alguna forma confirma la tendencia del cambio de los consumidores, cada vez más volcados hacia un producto de alojamiento de mayor calidad. Por provincias, y refiriéndonos en todos los casos a las comarcas del interior, Castellón presenta niveles de ocupación menores al resto del de la Comunidad, con indicadores inferiores a la media: 53 frente a los 96 y 104 de Valencia y Alicante, respectivamente.

En cuanto a la **oferta** (22), se comprueba que los alojamientos en el interior son escasos, de pocas plazas y baja categoría. Con datos referidos a 1993, podemos constatar que el establecimiento medio de interior tiene 47 plazas, frente a las 118 del conjunto de la Comunidad. No obstante, los hoteles tienen más plazas como término medio que los hostales: 60 plazas frente a 39, respectivamente. Los establecimientos de restauración en el interior suponen el 31,9% del total, con un 36,0% de las plazas, siendo, por tanto, comparativamente más importante que la oferta de alojamientos hoteleros. Las cafeterías suponen en el interior el 22,0% en cuanto a número, y el 23,2% en cuanto a plazas. En definitiva, la oferta actual se encuentra poco organizada y escasa en cuanto a alojamientos hoteleros, por lo que estas áreas no han entrado en los circuitos habituales de comercialización.

Estudiando la **evolución de la demanda**, con datos de la Encuesta Turística en el sexenio 1988-93, se puede apreciar en las pernoctaciones habidas en el interior de la Comunidad, cierto tipo de tendencias. En general, y para el ámbito de toda la Comunidad Valenciana, se ha pasado por un bache, cuyo mínimo se puede situar en 1990, remontando la demanda a partir de dicho año. En el interior se ha notado en general un ligero descenso cifrado en una tasa del 18,33% comparando datos de 1993 respecto a 1988, pero con una curva que ha venido

estabilizándose a partir de 1991. El comportamiento provincial no ha sido homogéneo, con un descenso claro del interior alicantino, con pérdida del 39,5% en dicho sexenio, un ligero incremento del interior valenciano, cifrado en el 11,6%, y otro del interior castellanense, con un 15,7%. La evolución de la demanda ha disminuido de forma constante, bajando el número de pernoctaciones en hostales, e incrementando la de los hoteles, decantándose cada vez más la demanda por una oferta cualificada.

La **evolución de la oferta** en el citado sexenio indica una reducción del total de plazas disponibles en el interior: de 7.157 en 1988 se han pasado a 6.498 en 1993. No obstante matizaremos en primer lugar que dicha disminución está motivada por la reducción continuada de la oferta de los hostales, ya que el número de plazas en hoteles ha pasado de 3.074 a 3.175. En segundo lugar, a nivel provincial, en Alicante la oferta ha descendido apreciablemente, Valencia se mantuvo con un ligero aumento de plazas hoteleras y disminución de plazas en hostales, pero fue el interior de Castellón quien ha duplicado su oferta de plazas hoteleras, disminuyendo ligeramente las plazas de hostales (se ha pasado de 38 hoteles a 53). Por otro lado, la media de plazas ofertadas por cada hotel ha descendido de 81 en 1988, a 60 en 1993, manteniéndose las cifras relativas a los hostales, de 36 a 39.

Podemos concluir, refiriéndonos a la oferta y demanda de alojamientos en el interior de la Comunidad Valenciana, que:

- La demanda actual es de poca importancia respecto a la de costa, con un comportamiento estacional, con preponderancia del turista nacional, que prefiere alojarse en hoteles frente a los hostales. La evolución de esta demanda está sensiblemente estabilizada, descendiendo en Alicante y creciendo ligeramente en Valencia y Castellón, transvasándose de forma gradual de los hostales a los hoteles.
- La oferta está constituida por establecimientos medianos y pequeños, con pocas plazas totales frente a la costa. La evolución de la misma está reduciendo en los últimos años el número total de plazas, debido a la desaparición paulatina de oferta en hostales, frente al ligero crecimiento de las de hoteles. Por otra parte, está disminuyendo de forma sensible el tamaño medio de los establecimientos.

Desde el punto de vista territorial, existe un claro gradiente norte-sur, según se ha podido apreciar con la evolución de las cifras en los últimos años: la estacionalidad, el aumento de la demanda y el número de plazas en hoteles crecen de sur a norte de forma clara y acusada.

6. ACTUACIONES PÚBLICAS DE APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO DE INTERIOR

Una vez establecidas las definiciones de este tipo de actividad turística, pasaremos a comentar las propuestas y realizaciones que las administraciones están desarrollando para apoyar el turismo de interior en sus diversas facetas. Son diversas las administraciones tanto autonómicas, centrales o locales, que intervienen de una forma u otra en la mejora y desarrollo del sector, que se vienen a sumar a las iniciativas turísticas privadas y otros agentes. La actividad turística está compuesta por diversos ámbitos productivos e integran servicios públicos y privados, es un fenómeno socio-económico de gran complejidad y diversidad, y como tal, inabordable por un solo sector económico o administración, que debe de tener como condición básica para el florecimiento de una oferta homogénea y consistente, una involucración de la población local y una integración y consenso entre los distintos sectores y actuaciones. La concertación y el consenso de todas las partes puede ayudar a enriquecer las propuestas iniciales, a través de una participación real y profunda en el diseño de estas nuevas líneas de desarrollo.

Aunque son varias las vías de apoyo al desarrollo del turismo de interior, ya sea de forma específica o genérica, se comentarán en el presente artículo las actuaciones de la Administración Turística Autonómica. Otro tipo de iniciativas podrían ser las referidas al Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES), la Iniciativa Comunitaria LEADER, incentivos autonómicos, Programa de Apoyo a la Inversión del IMPIVA, apoyo autonómico a las Corporaciones Locales, etc.

La Generalitat Valenciana, a través del Institut Turístic Valencià (ITVA), contempla como objetivo fundamental de su política turística *«la maximización de las aportaciones del turismo a la renta y al empleo de forma compatible con la reducción de desequilibrios espaciales y estacionales y con el uso de la actividad turística como medio eficaz y eficiente para la conservación de recursos medioambientales y factores culturales»* (23).

El ITVA desarrolla de forma específica un **Programa de Turismo de Interior**. Durante el quinquenio 1990-94 dicho plan supone una inversión total de 1.895 millones de pesetas. Tuvo su antecedente en el período 1990-91 con promoción de iniciativas municipales. Ejemplo de aquella fase fue el apoyo al hotel situado en Herbés (Castellón). Sin embargo, la tradicional falta de recursos técnicos y financieros de las corporaciones locales en comarcas desfavorecidas y de montaña dificultaba un rápido desarrollo de los proyectos. En una segunda fase se ha configurado un programa en el que el ITVA, como agente promocional directo, crea un producto de Turismo Interior basado en una red de alojamientos de titularidad pública y gestión privada, persi-

guiendo con dichas acciones ser el germen de futuras actuaciones de iniciativa particular que potencien y consoliden dichas zonas desde la vertiente turística. La gestión de estos establecimientos la llevan a cabo empresas y profesionales del sector privado, en la que se combinan la experiencia con la modalidad de gestión familiar, debido al tamaño y localización de las instalaciones. El personal debe de ser multifuncional en sus tareas, con flexibilidad para incorporar refuerzos y con una formación continuada.

La **tipología** de alojamientos promovidos se compone de hoteles de pequeña dimensión, campamentos turísticos, un centro termal y un centro de día con restauración (Tuéjar-Valencia). Dichas actuaciones, aún en marcha, permiten la recuperación de determinados edificios histórico-artísticos tales como el Palau de los Osset-Miró en Forcall, el Palau de Santjoan en Cinctorres, la Fábrica de Giner en Morella (Castellón) o el Palacio de los Vizcondes de Valdesoto en Biar (Alicante). En otros casos supone la recuperación de edificios de arquitectura típica como la antigua estación de ferrocarril de vía estrecha de Bocairent (Valencia), el Mas de la Albufera en Gaianes (Alicante). O bien supone revitalizar pueblos muy pequeños como el caso del hotel de la Pobla de Benifassà (Castellón) o el de Casas de Río (Requena-Valencia). Este producto se define como un hotel de calidad, de tamaño pequeño, con «encanto» tanto en su construcción como en su localización y que sirve de base para realizar actividades variadas de ocio. Los campamentos de turismo desarrollados lo han sido en Jarafuel y Bugarra (Valencia), el de la Vall d'Alcalà en Alicante o el futuro camping de Navajas en Castellón. Los materiales y acabados utilizados son los tradicionales de las zonas: piedra, madera, teja, etc., configurando un producto acorde con el entorno en que se enclava sin renunciar a la máxima calidad dentro de la sencillez. Todos los hoteles cumplen la normativa en materia de barreras arquitectónicas, están acondicionados para su uso por minusválidos y todos ofrecen servicio de restauración.

Dentro de este Programa también se contempla el apoyo del **Turismo de Salud**, teniendo en marcha un Centro de Hidroterapia en el municipio de Montanejos (Castellón), villa tradicional de turismo termal.

Otro tipo de actuaciones suponen el realce de determinados productos de oferta complementaria. En ese sentido se han acometido y finalizado las obras de iluminación ornamental de las murallas de los castillos de Morella (Castellón) y de Xàtiva (Valencia).

Además de los proyectos específicos en el programa de turismo de interior, el ITVA desarrolla otro tipo de acciones que tienen su incidencia dentro de esta modalidad de turis-

mo. Así, dentro del **Programa de Oficinas de Información Turística** funcionan las de Tuéjar, Morella y Bocairent. Por su parte, el **Programa de Apoyo a Inversiones** integra un subprograma de creación de nuevos establecimientos turísticos, modernización y oferta complementaria que tiene como objetivo promocionar la oferta turística en comarcas del interior de la Comunidad. Se contemplan ayudas de hasta un 30% de la inversión y se han presentado solicitudes de ayuda para la creación de campings (Agres, Tuéjar, Bocairent, etc.), de hoteles (Penàguila, Benifato, Vistabella, etc.), además de restaurantes e instalaciones de oferta complementaria. Se han desarrollado cursos y **programas de formación** sobre diversos aspectos de turismo de interior. Existe un **Programa de Señalización Turística** que pretende ordenar el interior de la Comunidad, y por último se desarrollaron líneas específicas en cuanto a publicaciones y folletos.

En este momento es reciente la aprobación del **Decreto 253/1994, de 7 de diciembre, del Gobierno Valenciano, regulador del alojamiento turístico rural en el interior de la Comunidad Valenciana** que permite asumir esta modalidad como algo diferenciado, con connotaciones propias. No obstante, ya figuraba la clasificación de «**establecimientos de montaña**», dentro del Decreto 153/1993, de la Generalitat Valenciana, regulador de los alojamientos hoteleros de la Comunidad, que serían los situados en comarcas de interior cuya altitud, climatología y recursos turísticos sean propios de zona de montaña.

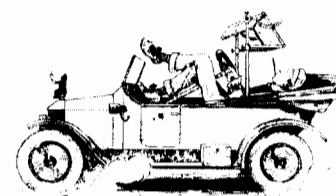
En este sentido se ha creado un **Plan General de Coordinación**, ya que el carácter multisectorial de la actividad turística conlleva, en algunos casos, la dependencia, para su ordenación y regulación, de diferentes organismos de la Administración no vinculados directamente con la Administración Turística. Este Plan se materializa con la creación de la **Comisión Interdepartamental de Turismo de la Generalitat Valenciana** y la creación de **grupos de trabajo** a nivel técnico con directivos y personal del ITVA y empresarios y profesionales del sector.

8. CONCLUSIONES

El artículo ha repasado, desde los puntos de vista estratégicos y coyunturales, la situación de la actividad turística desarrollada en el interior de la Comunidad Valenciana. Se han analizado los parámetros que desde enfoques de calidad medioambiental o de servicio suponen las premisas de la futura demanda turística. Y por último, se ha podido comprobar cómo la especial dualidad del territorio valenciano permite la existencia e implantación de un turismo compatible y complementario al convencional de playa, con características y limitaciones propias, capaz de sustentar políticas de integración territorial de espacios históricamente deprimidos.

BIBLIOGRAFÍA

- BOTE, V. (1988): *Turismo en espacio rural*. Ed. Popular. Ministerio de Cultura. Madrid.
- CAMISÓN, C.; YEPES, V. (1994): «Normas ISO 9000 y gestión de Calidad Total en la empresa turística». I Congreso de Calidad de la Comunidad Valenciana. Valencia, noviembre.
- CASTROVIEJO, M.; HERRERO, J. (Edit., 1992): *Ecoturismo. Criterios de desarrollo y casos de manejo*. Colección Técnica. ICONA. Madrid.
- CONSELLERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1990): *Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana*, Valencia. Generalitat Valenciana. Institut Turístic Valencià.
- CROSBY, A.; DARÍES, J. O. (1993): *Desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. CEFAT, Madrid.
- CRUZ, J. (1990): *Les comarques de muntanya*. Edicions Alfons El Magnànim. I.V.E.I. València.
- CRUZ, J. (1993): «Introducción al turismo rural». (mecanografiado). Curso para gestores y promotores de turismo rural. Fundescoop. Valencia, 1993-1994.
- DUCASSE, I. (1991): «Incorporación de la preocupación ambiental en la política turística española». I Conferencia Internacional Ecotrans: Turismo y medio ambiente. Tomo II.
- ELLIOT-SPIVACK, S. M. (1990): «Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas», PAPERS DE TURISME, 1990 (3), pp. 26-43.
- GABINET TÈCNIC (1993): *El turismo en la Comunidad Valenciana 1993*. Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme. Generalitat Valenciana. València, 43 pàgines.
- ITVA (1991): «El mercado turístico español. Aproximación a la demanda turística de la Comunidad Valenciana», PAPERS DE TURISME, 1991 (7), pp. 71-85.
- ITVA (1994): *Estudio de demanda de turismo interior: Alto Palancia*. Sin editar.
- MARCHENA, M. J.; FERNÁNDEZ, A.; HERNÁNDEZ, E.; VELASCO, A. (1992): *Ocio y turismo en los parques naturales andaluces*. Serie Documentos n.º 1. Dirección General de Turismo. Junta de Andalucía. Sevilla.
- MARCHENA, M. J. (1993): «Turismo y Desarrollo Regional: El espacio del Ecoturismo», PAPERS DE TURISME, 1993 (11), pp. 111-132.
- PEDREÑO, A. (dir., 1990): *Libro Blanco del Turismo en la Costa Blanca*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Alicante. 2 tomos. Alicante.
- MOPT (1993): *El agua en España*. Revista MOPT. n.º 411. Centro de Publicaciones de la Secretaría General Técnica. Madrid.
- MUÑOZ, F. (1994): «Turismo rural integrado: Una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico». *Estudios Turísticos*, n.º 121, pp. 5-25.
- REVERT, R. M. (1991): *Estudio sobre utilidad y aprovechamiento del termalismo y balneoterapia en la Comunidad Valenciana*. Dirección General de Planificación de la Asistencia Sanitaria. Conselleria de Sanidad y Consumo. Valencia, 169 páginas.
- VERA, F. (1992): «El turismo», en MARTÍNEZ, J. A.; PEDREÑO, A.; REIG, E. (1992): *Estructura económica de la Comunidad Valenciana*. Espasa-Calpe, pp. 211-244.
- VERA, F.; MARCHENA, M. (1990): «Turismo y desarrollo: un planteamiento actual». PAPERS DE TURISME, 1990 (3), pp. 59-84.



NOTAS

(1) El V Programa Ambiental de la CEE (1993-97) hace referencia explícita, por primera vez, de la problemática entre turismo y medio ambiente.

(2) Caracterizado en 1987 por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (conocida como la Comisión Brundtland).

(3) Tal es la importancia que el mercado alemán concede al medio ambiente, que la propia Asociación de Tour Operadores y Agentes de Viajes Alemanes (DRV), con más de 3.500 agencias de viajes y prácticamente todos los grandes tour operadores como miembros, se han comprometido con el medio ambiente y la cultura, instaurando un Premio Anual de Medio Ambiente de la DRV desde 1987, para proyectos especiales de hoteles o regiones o grupos y editando recomendaciones en hoteles y complejos turísticos, que son enviados a los destinos turísticos como medio de sensibilización a favor del medio ambiente de los gestores y prestadores de servicios en las zonas turísticas.

(4) La Comisión de las Comunidades Europeas, tratando de aportar un concepto válido para todos los países comunitarios, denomina como «turismo rural» a aquella actividad turística que se desarrolla en medio rural, no obstante, no podemos identificar «interior» y «rural» puesto que, por ejemplo, pueden darse zonas litorales con características rurales, y zonas del interior industrializadas.

(5) Caracterizado por el predominio de un turismo de masas, de nivel adquisitivo medio-bajo, alojado mayoritariamente en apartamentos y hoteles de categoría intermedia (Vera, 1992).

(6) Disminuidos, entre otras causas, por la tendencia a la baja de los productos agrícolas, debido a sus excedentes.

(7) La propia Constitución Española establece, en su artículo 40, que los poderes públicos habrán de promover el progreso social y económico, así como una más equitativa distribución de la renta nacional.

(8) Un 45,91% de la población de hecho se sitúa en un 13,72% de la superficie más próxima al litoral, según datos del Institut Valencià d'Estadística.

(9) Entre 1970 y 1985 se han quemado más de un tercio de la superficie forestal valenciana, ésta es de 935.700 Ha. (MAPA, 1987), que representa el 40,7% del total de la Comunidad. El año 1994 ha sido especialmente trágico, con un centenar de miles de Ha. quemadas.

(10) En suelo desnudo y con cierta pendiente (30-40%), se estima se podrían perder 3.000 Tm/Ha. de suelo, lo que supondría, en muchos casos, la desaparición completa del mismo en 10 años.

(11) Una propuesta de aplicación de los conceptos y modelos de la gestión de calidad total en la empresa turística puede verse en Camisón y Yepes (1994).

(12) El medio rural de montaña valenciano, debido a las limitaciones que imponía (dificultades de mecanización, mayor coste de los tra-

bajos y suelos frágiles), propició que de forma tradicional se diversificasen y complementasen sus rentas con ciertas actividades artesanales (conservación y venta de nieve, fabricación de carbón vegetal, producción de miel, fabricación de calzado y otras manufacturas de esparto, cáñamo, etc.) que supusieron técnicas muy específicas y de alto valor cultural que se perdieron por los avances tecnológicos (Cruz, 1990).

(13) En 1990 los Parques Nacionales recibieron 3.800.000 visitantes, siendo esta cifra claramente creciente.

(14) La protección de espacios naturales tuvo sus orígenes en Estados Unidos en 1872, con el Parque Nacional de Yellowstone (800.000 hectáreas). En España se promulgó en 1916 la Ley de Parques Nacionales y dos años más tarde se declaró como Parque Nacional la Montaña de Covadonga y de las Peñas Altas. En Europa, Alemania (R.F.A.) y Gran Bretaña, con un 27,8% y un 27,6% de su territorio, son los países con mayores extensiones de espacios protegidos. En España estamos situados en la cifra del 4,5%, siendo Andalucía la comunidad con mayor superficie de espacios protegidos (149,7 miles de Ha.) y Canarias (265,143 miles de Ha.), que suponen un 18,8 y 40,0%, respectivamente.

(15) Se podrían destacar las comarcas de El Baix Maestrat y Tinença de Benifassà, Els Ports, L'Alcalatén, Alto Mijares, Alto Palancia, El Camp de Túria, Los Serranos, Rincón de Ademuz, La Plana de Utiel-Requena, La Hoya de Buñol, El Valle de Ayora, La Canal de Navarrés, La Costera, La Vall d'Albaida, L'Alcoià, Alto Vinalopó, Vinalopó Mitgà y las zonas montañosas de La Marina Alta y La Marina Baixa.

(16) Se deberían instalar todas las grandes infraestructuras fuera de los parques, si fuera posible.

(17) En 1992 se cifraron en 3,5 millones las ocupaciones en los 128 centros españoles, con un volumen de negocio de 24.500 millones de pesetas, una estancia media de 10 días, y un 10% de extranjeros (MOPT, 1993).

(18) Según el Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana, tan sólo el 9% de los clientes tienen menos de 40 años.

(19) Según el «Libro Blanco del Turismo en la Costa Blanca» (1990).

(20) Según el Gabinet Tècnic de la C.I.C. y T. (1993).

(21) El «turismo tradicional en espacios rurales» ya hemos visto que se aloja fundamentalmente en establecimientos privados no comerciales. La demanda total en el interior se podría estimar, a falta de estudios detallados, en cinco o seis veces la cifra mencionada.

(22) Con datos de 1993, el interior cuenta con 139 establecimientos hoteleros, que ofertan 6.498 plazas, de las cuales el 51,14% son de hostales. Estas plazas de interior suponen el 8,26% del total de plazas ofertadas en la Comunidad Valenciana.

(23) Según se refleja en el «Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana» (1990).