

Juan Carlos Márquez Villora,
Rosario Navalón-García y
J. Leonardo Soler Milla
(editores científicos)

De la Artesanía a la Industria

Patrimonio Histórico-Cultural del Vinalopó



Elda (Alicante)

De la Artesanía a la Industria
Patrimonio Histórico-Cultural del Vinalopó

Juan Carlos Márquez Villora,
Rosario Navalón-García y
J. Leonardo Soler Milla
(editores científicos)

De la Artesanía a la Industria

Patrimonio Histórico-Cultural del Vinalopó

9, 10 y 11 de noviembre de 2018
Elda (Alicante)



ORGANIZA

Ayuntamiento de Elda (Concejalía de Patrimonio Histórico)

COLABORAN

Sede Universitaria de Elda (Universidad de Alicante)

Museo del Calzado de Elda

Fundación Paurides González Vidal

Asociación Mosaico. Amigos del Patrimonio Histórico y Cultural de Elda

Centre d'Estudis Locals del Vinalopó

EDICIÓN CIENTÍFICA Y COORDINACIÓN

Juan Carlos Márquez Villora, Rosario Navalón-García y J. Leonardo Soler Milla

COMITÉ CIENTÍFICO

Gabino Ponce Herrero (Universidad de Alicante)

Juan Antonio Barrio Barrio (Universidad de Alicante)

Jaime Molina Vidal (Universidad de Alicante)

José Antonio López Mira (Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte)

Rosario Navalón-García (Universidad de Alicante)

© los autores, 2019

© de esta edición: Ayuntamiento de Elda

ISBN: 978-84-87962-29-5

Depósito legal: A 576-2019

Fotografías cubierta y contracubierta (Museo del Calzado, Elda): Rosario Navalón-García

Diseño y maquetación: Marten Kwinkelenberg

Impresión y encuadernación: Quinta Impresión, S. L.

El Ayuntamiento de Elda no se hace responsable de las opiniones expresadas por los autores de las contribuciones contenidas en esta publicación

Índice

Presentación	11
<i>Leyre María García Crespo, Juan Carlos Márquez Villora, Rosario Navalón-García y J. Leonardo Soler Milla</i>	
El Plan Nacional de Patrimonio Industrial	23
<i>Linarejos Cruz Pérez</i>	
El patrimonio intangible: la cultura industrial zapatera eldense ...	47
<i>José Ramón Valero Escandell</i>	
El turismo industrial, una forma de poner en valor un patrimonio histórico-cultural	97
<i>Josep Maria Pey Cazorla</i>	
Investigando el patrimonio industrial: la fábrica y colonia de Emérito Maestre en Elda	117
<i>Patricia S. Martínez</i>	
La calera de la Torreta (Elda, Alicante), un ejemplo de instalación preindustrial rehabilitada vinculada a la construcción del ferrocarril	145
<i>José Ramón Ortega Pérez y Marco Aurelio Esquembre Bebia</i>	
El nuevo museo de Villena, un museo para la historia	161
<i>José Miguel Esquembre Menor y Julián Lagullón Escamilla</i>	

La Ruta Nolla Alto Vinalopó (Villena-Sax-Biar). Turismo, patrimonio y ejemplo de simbiosis entre cultura y fiestas	181
<i>Jesús García Guardiola y Alberto Ochoa García</i>	
El Museo del Mármol, Uva y Azafrán en Novelda MUAN. Un museo para la promoción del Turismo Industrial en el Medio Vinalopó.	201
<i>Verónica Quiles-López y David Beltrá-Torregrosa</i>	
Vicente Barceló Santonja y las cortinas orientales. El origen de la industria persianera en Sax.	229
<i>Vicente Vázquez Hernández y Alberto Ochoa García</i>	
La Casa Modernista de la Comparsa de Labradores de Villena. Artes decorativas y patrimonio	261
<i>Jesús García Guardiola</i>	
Un río de industrias en el paisaje del Vinalopó a través de la MZA	285
<i>Verónica Quiles-López y David Beltrá-Torregrosa</i>	
La Colonia de Santa Eulalia en la nueva economía del ocio y del conocimiento.	315
<i>Gabino Ponce Herrero y José Antonio López Mira</i>	
Produciendo sinergias entre los sectores público y privado. La oferta de turismo industrial en el municipio de Agost.	353
<i>Toñi López Abril y Jesús Peidro Blanes</i>	
Turismo industrial en las comarcas del entorno del Vinalopó: aproximación a su potencial y futuro	377
<i>Rosario Navalón-García</i>	
Los inicios de la artesanía textil en el Medio Vinalopó: las evidencias arqueológicas de la Edad del Bronce	401
<i>Ricardo E. Basso Rial</i>	

Turismo industrial en las comarcas del entorno del Vinalopó: aproximación a su potencial y futuro

Rosario Navalón-García

Departamento Análisis Geográfico Regional y Geografía Física
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

Resumen

La actividad industrial es un hecho de enorme relevancia en los municipios del interior de la provincia de Alicante, tanto desde el punto de vista económico, como social y territorial. Desde los albores de la industrialización en nuestro país hasta nuestros días, en los municipios vinculados al eje del río Vinalopó la industria ha propiciado cambios en el paisaje y ha condicionado el desarrollo de infraestructuras y edificios, tanto fabriles como de servicios, que pueden ser considerados como patrimonio industrial.

En un momento en que la actividad turística también requiere estrategias de diversificación y diferenciación para atender a una demanda que busca nuevas propuestas y experiencias distintas a los productos tradicionales vinculados al turismo litoral, la incorporación de nuevos atractivos vinculados al modo de vida e identidad del territorio que surgen de la propia industria y de su imbricación en los pueblos, puede resultar más que interesante.

Con esta aportación se pretende analizar el potencial de desarrollo de productos de turismo industrial en las comarcas del entorno del río Vinalopó, en el área de influencia de un espacio turístico consolidado como es la Costa

Blanca. A través de una síntesis de los recursos, tanto del patrimonio industrial como de la industria viva, y del balance sobre los factores de desarrollo, tanto de la propia industria como de la oferta turística, ofrecido por los agentes locales de las distintas administraciones que deben alentarlos y coordinarlos, se realizará un diagnóstico de la situación, para acabar con una serie de propuestas estratégicas en torno a algunos ejes claves para su desarrollo.

Palabras clave: Turismo industrial, industria viva, patrimonio industrial, producto turístico.

1. Introducción

En el marco de un congreso que trata el paso de la artesanía a la industria, con una perspectiva que plantea el reconocimiento de los procesos de implantación, cambio y desarrollo de la actividad manufacturera desde la historia hasta la actualidad, consideramos conveniente aportar una mirada hacia el futuro de las industrias del Vinalopó, en la cual es seguro que la actividad de los servicios y del turismo estará presente. El concepto de modernidad líquida de Bauman (2003) afecta a todos los ámbitos de la sociedad y, lógicamente, también al modo en que se concibe la relación entre el ocio y el trabajo. El comportamiento de la demanda turística, tanto de las personas que viajan como de los residentes de un lugar, se mezcla en un mismo territorio en el que se producen consumos culturales que buscan esencialmente experiencias y enriquecimiento. Según este concepto, también cambia el modo en que la industria y las empresas abordan su relación con el entorno en que se ubican, abriéndose a nuevas fórmulas de socialización e interacción en parte de su cadena de valor que se pueden vincular tanto al ocio como al negocio y el trabajo. La frontera entre la industria y el ocio se hace permeable y favorece el desarrollo de iniciativas que parten del oxímoron «turismo industrial»; en esencia, dos conceptos opuestos.

Para tratar el potencial y futuro del turismo industrial en las comarcas del Vinalopó, se ha planteado un análisis de esta realidad en las comarcas interiores del Vinalopó y la Foia de Castalla. Se han elegido dieciséis municipios de interior, en los que las dinámicas turísticas vinculadas al patrimonio y la cultura son todavía incipientes, y en las

que la industria, la agricultura y la transformación del producto del campo son los sectores predominantes en las economías locales. En ellos se da una producción industrial de enorme variedad y relevancia económica. La presencia de sectores como el juguete, muñecas, calzado y marroquinería, tratamiento de mármol y piedra natural, uva embolsada, vitivinicultura, especias, sal, cerámica, destilados, productos alimenticios como embutidos y pastas, artesanías para la fiesta, se dan en estas localidades de modo intensivo y con altas cotas de calidad y rentabilidad, como muestra su larga trayectoria pero, sobre todo, su orientación claramente exportadora.

Su buena accesibilidad exterior, a través de las redes viarias de gran afluencia y ferroviarias, así como la proximidad a los espacios emisores de turistas y excursionistas hacen de este espacio un eje enormemente atractivo para el desarrollo de iniciativas turísticas basadas en la industria, sea con visitas a industria viva o a los vestigios de patrimonio industrial. Además, la predisposición de estas localidades a poner en marcha iniciativas en torno al turismo en términos generales las hace especialmente atractivas para abordar un balance de la situación antes de acometer acciones concretas.

El objetivo es ofrecer un diagnóstico de la situación que permita entender el potencial de uso recreativo que tienen los elementos vinculados a la industria. El método empleado para ello se basa en la realización de un inventario exhaustivo de los recursos vinculados al patrimonio industrial, que se complementa con la caracterización de la industria viva vinculada a iniciativas de carácter recreativo o educativo existentes. Estos datos se complementan con las apreciaciones de los agentes locales implicados en el desarrollo del turismo, a partir de entrevistas en profundidad.

2. Contexto para el desarrollo del turismo industrial

Analizar el turismo industrial en el entorno de las comarcas del Vinalopó implica tener en cuenta dos realidades distintas, la del turismo y la de la industria, que presentan trayectorias claramente diferenciadas, pero

también vectores de desarrollo que confluyen en objetivos comunes, a pesar de que la lógica de sus dinámicas no esté relacionada.

2.1 Sobre el turismo

Por una parte, las tendencias globales del mercado turístico muestran un desarrollo del turismo cultural, con ritmos acelerados de crecimiento en todos los ámbitos de la oferta, y un incremento de los viajes de motivación cultural, tanto para viajeros internacionales o nacionales como para residentes. El turismo como práctica social ha cambiado de forma notable en todas sus manifestaciones, y ha evolucionado desde propuestas fordistas de creación de oferta turística basada en una cadena de valor estrecha, vertical (Richards, 2017) y poco diferenciada –concentrada en pocos destinos, con predominio del sol y playa o de los grandes destinos urbanos–, hacia otras fórmulas mucho más dispersas en cuanto a la producción y consumo de nuevos destinos, atracciones y experiencias. Es en este contexto donde la incorporación de la cultura y el patrimonio se entiende como medio de desarrollo económico y se sitúa en la base argumental para la propuesta de nuevos productos, que crecen en popularidad e importancia. Además, el turismo basado en la cultura del lugar es considerado también como un medio para crear identidad y estimular la cohesión social, por lo que es común su incorporación en las estrategias de futuro de lugares de incipiente desarrollo turístico.

En el marco del turismo cultural, los principales destinos consolidados, que concentran la mayor parte de la oferta, ofrecen productos estandarizados y poco diferenciados en torno a los grandes hitos patrimoniales. En ellas, la repetición de ofertas similares (buses turísticos, rutas con temas similares, etc.) junto al incesante incremento de la demanda, propicia una percepción de este turismo cultural de circuito como masivo, superficial y convencional. Pero los turistas están cambiando en sus motivaciones y hábitos de consumo (Navalón, 2018) y solicitan nuevas repuestas por parte de destinos y gestores turísticos en el ámbito de la producción. Se observa una tendencia a la demanda de experiencias, un interés creciente por el patrimonio intangible,

vinculado a la identidad del lugar, a la vida cotidiana y a la tradición de pueblo. Richards (2009) afirma que se ha producido una evolución del consumo y de la producción del turismo cultural que traslada el interés desde la alta cultura, atraída por los grandes hitos culturales, como catedrales, museos y monumentos, hasta una creciente motivación por la cultura de lo cotidiano, de los recursos más modestos que ofrecen la narrativa de un pueblo, su ambiente y esencia. Se ha pasado de la solicitud y consumo de los elementos tangibles vinculados a lo monumental, a la apreciación por la cultura diaria, por las fábricas o las plazas y el contacto con la población local. La búsqueda de las raíces y la identidad propicia la demanda de experiencias y de una mayor interacción con la comunidad, con el fin de entender qué les motiva y cómo se relacionan con el territorio. Esta tendencia entronca con el concepto de economía de la experiencia (Pine y Gilmore, 1999) que plantea que la competencia basada en la producción de bienes o servicios, que pueden ser copiados, ha sido reemplazada por la competencia para producir experiencias, que son personales y únicas en la percepción de cada persona.

Así pues, la creciente importancia de las experiencias como parte del producto turístico propicia el despliegue de actuaciones que toman como materia prima nuevos recursos culturales, de menor jerarquía e importancia, a menudo relacionados con elementos tangibles no monumentales vinculados a los modos de vida de la comunidad local, en ámbitos como el trabajo en la industria o el campo, el hogar, el ocio, la gastronomía, etc. Pero también los recursos intangibles como tradiciones, costumbres o las narraciones sobre personas o lugares que generan atmósferas e imágenes de ese espacio.

2.2. Sobre el uso turístico de la industria

Estas consideraciones sobre las nuevas tendencias y preferencias de la demanda conectan claramente con la incorporación de nuevos elementos de atracción turística, que no necesariamente han de tener un carácter monumental o un valor simbólico. Se viene produciendo una ampliación de los recursos que se valoran y se consideran patrimonio,

liberándolos de criterios estéticos e incluyendo otros de tipo social, económico o ambiental, que resultan especialmente idóneos en el caso de las actividades de la artesanía y la industria. El turismo industrial es una modalidad de turismo cultural que hace referencia a las actividades turísticas que se desarrollan en torno a los espacios vinculados a la industria y a los procesos productivos que en ellos se realizan (Navalón-García, 2017; Rico y Navalón-García, 2016). A pesar de tener precedentes desde los orígenes del turismo, como curiosidad por la sociedad que se visitaba y por la ciencia, hasta final del siglo xx no puede considerarse una modalidad turística. Varios autores como Edwards y Llundés (1996), Casanelles (2007), Pardo (2010) y Zárata (2011), entre otros, han ofrecido diversas definiciones sobre el turismo industrial, de entre las que se escoge la que lo identifica con:

«el conjunto de prácticas turísticas cuyas motivaciones de desplazamiento suponen el descubrimiento de los “mundos del trabajo” pasados, presentes o futuros, es decir, el conjunto de lugares, técnicas, organizaciones y culturas ligadas al trabajo» (Álvarez Areces, 2007: 25)

A pesar de que los enfoques puedan variar en su descripción, parece claro su carácter dual: como la modalidad turística que incorpora la visita a edificios y a elementos de la industria referida a tiempos pasados y actualmente en desuso, que se suele calificar como de patrimonio industrial; y, por otra parte, como el conjunto de actividades relacionados con la visita a industrias en activo que muestra los procesos productivos en la actualidad, que también recibe la denominación de visitas a industria viva (Navalón-García, 2017).

La primera de las opciones, que se vincula a un patrimonio tangible, relacionado generalmente con los edificios fabriles y dependencias asociadas a la primera revolución industrial del siglo xix, al que se reconoce un valor histórico, es la más ampliamente consolidada, tanto en Europa como en España. La segunda es la referida a las visitas a las industrias en activo, más próxima a la motivación por aproximarse a conocer el patrimonio intangible de los modos y procesos de fabricación, el uso

de los materiales o la incorporación de la innovación en la producción. También se suma a esta modalidad de turismo industrial de industria viva, la posible participación del visitante en algunos de los procesos más artesanales, carentes de riesgo, lo que proporcionaría otra de las facetas de un turismo capaz de generar experiencias singulares propias del turismo creativo (Richards, 2009), por ejemplo, en la industria cerámica o de fibra vegetal.

Lo que parece claro es que la dinamización del patrimonio industrial vinculado a edificios y construcciones en desuso suele responder a la voluntad y acción de la Administración pública, si los elementos son de propiedad municipal. Las propuestas de turismo industrial en industria viva dependen de forma exclusiva de la iniciativa de los propietarios de la instalación fabril, que pueden entender o no la idoneidad de abrir sus puertas a un potencial visitante no vinculado a la industria. Obviamente, el uso que de ella se haga dependerá del tipo de industria, de la peligrosidad en la producción, de las cautelas sanitarias y, de forma clave, de la accesibilidad real, en función de criterios de seguridad y cumplimiento legal. No es igual la visita de una industria cerámica de carácter artesanal que la potencial entrada a una cantera, por ejemplo. A pesar de las reticencias lógicas del sector a la presencia de personas ajenas a la producción, algunos autores afirman que la apertura de la industria a las visitas turístico-recreativas puede traducirse en beneficios tanto directos como indirectos para la propia empresa y para el tejido industrial del municipio. Así, entender los procesos productivos, de los materiales y formas de hacer permite mejorar la imagen de la empresa y refuerza su vínculo con el territorio; la visita y la observación favorece la confianza en el producto y la captación de nuevos clientes; conocer el producto facilita el posicionamiento de la marca ante la competencia; la visita a las fábricas en activo ofrece imagen de transparencia de la empresa de cara al mercado y puede fidelizar a la clientela actual, así como ampliar la demanda entre otras ventajas.

3. Contexto de las comarcas del Vinalopó para el desarrollo del turismo industrial

La selección del ámbito de análisis para este estudio tuvo en cuenta el carácter industrial de estas localidades, así como la relevancia, diversidad y protagonismo del sector, además del grado de peculiaridad del patrimonio construido e intangible y de la presencia de iniciativas de turismo industrial ya existentes. En la selección se incluyeron las localidades de las comarcas de Alto Vinalopó, Vinalopó Medio y Foia de Castalla, que mostraron especial interés en participar en el estudio. Estas fueron: Algueña, Beneixama, Biar, Castalla, Elda, Ibi, Monforte del Cid, Monóvar, Novelda, Onil, Petrer, Pinoso, Salinas, Sax y Villena, a los que se une el municipio de Agost, de la comarca de l'Alacantí.

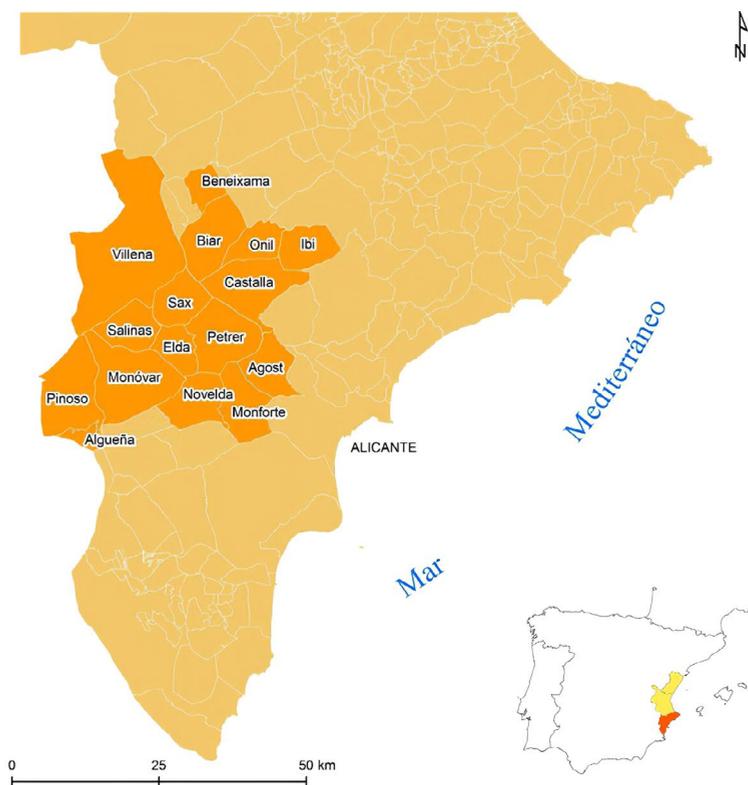


Figura 1. Municipios seleccionados para el estudio. Fuente: Elaboración propia.

Para llevar a cabo el estudio se contó con el apoyo de la Generalitat Valenciana, que deseaba impulsar propuestas de desarrollo turístico en el área de influencia de la Mancomunidad Intermunicipal del Vinalopó a partir de los llamados Planes de Competitividad Turística. Estos planes coordinados, ya iniciados en otros ámbitos regionales, parten del objetivo de lograr la activación del desarrollo turístico de un territorio según las necesidades mancomunadas de los diferentes municipios de un área, con apoyo de tres ámbitos de gestión a distintas escalas: autonómica, provincial y comarcal. No obstante, se ha de decir que transcurridos casi dos años desde la propuesta inicial este proyecto no ha llegado a implantarse.

El punto de partida para el desarrollo de la actividad del turismo industrial no es adverso, si se tienen en cuenta cuestiones relacionadas con la evolución de la propia industria y con otros factores, como la accesibilidad o la existencia de una oferta complementaria suficiente y adecuada.

En estas comarcas se encuentran algunos de los espacios industriales valencianos mejor definidos por su especialización productiva y por el carácter policéntrico de su trama industrial y urbana, centrado en varias líneas en las que destacan a escala nacional, tal y como muestra la tabla 1.

En la mayor parte de los casos, se trata de industrias con una larga trayectoria y un desarrollo asentado ampliamente en estas localidades, de forma que a lo largo de su historia se han creado diversos recursos vinculados al trabajo y a la industria. Buena parte de estos elementos poseen un claro potencial de atracción turística que, tras una adecuación para hacerlos aprovechables o visitables, podrían permitir su integración en futuros productos turísticos. En la actualidad, sin embargo, todavía no conforman una oferta articulada y suficiente que permitiera hablar con propiedad de turismo industrial en el Vinalopó o la Foia de Castalla. Es cierto que existen algunas iniciativas vinculadas a esta modalidad turística que se indicarán más adelante, pero en buena parte de los casos, su naturaleza dispersa y su carácter parcial haría conveniente abordar una revisión de sus planteamientos y de los servicios orientados al visitante.

Tipo de producción industrial	Poblaciones
Calzado y marroquinería	Elda, Petrer, Pinoso, Villena, Monóvar, Sax
Juguete	Castalla, Ibi, Onil
Mármol y piedra natural	Algueña, Novelda, Pinoso, Monóvar, Monforte, Elda
Vitivinicultura	Algueña, Monóvar, Novelda, Petrer, Pinoso, Salinas, Sax, Villena, Hondón de los Frailes
Cerámica	Biar, Agost, Petrer
Uva embolsada del Vinalopó	Monforte, Novelda, Algueña, Agost
Industria salinera	Salinas, Villena
Miel	Villena
Hornos de yeso	Castalla, Villena
Artesanía festera	Onil, Villena, Petrer, Elda
Embutidos	Pinoso, Salinas
Destilados	Monforte del Cid
Pozos de nieve	Ibi, Onil, Castalla, Biar, Sax
Persianas y protección del hogar	Sax
Esparto, cáñamo	Algueña, Beneixama
Arquitectura y arqueología industrial. Colonia agroindustrial Santa Eulalia	Sax, Villena

Tabla 1. Clasificación de municipios con potencial por área temática industrial.
Fuente: Elaboración propia.

Tras el análisis de 212 elementos de atracción turística en la zona, solo 65 pueden vincularse al patrimonio industrial. Del total de 22 museos, existen diez propuestas expositivas relacionados con esta temática y se afirma que existen 39 productos de turismo industrial, como puede observarse en la tabla 3.

Otro de los factores de desarrollo que favorecería el desarrollo turístico es la conectividad de estos municipios con los principales ejes viarios de la provincia, que permite una interconectividad eficaz entre las comarcas, y que también enlaza de forma rápida y eficaz con los potenciales espacios emisores de turistas y visitantes. La comunicación de estos municipios con los destinos tradicionales de la costa o con las

Turismo industrial en las comarcas del entorno del Vinalopó: aproximación a su potencial y futuro

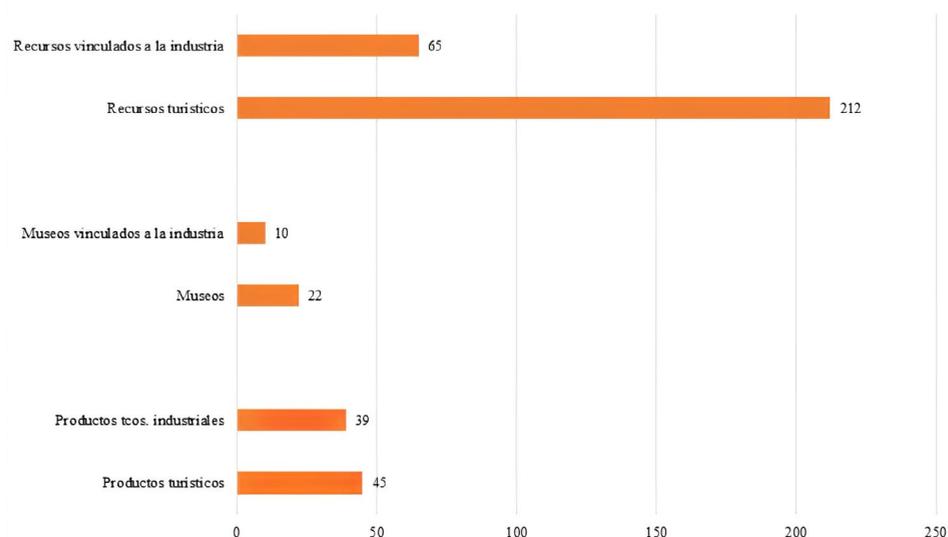


Figura 2. Síntesis del análisis de los recursos de atracción turística.

Fuente: elaboración propia

ciudades y municipios de la propia provincia de Alicante, o de Murcia Valencia o Albacete, resulta sencilla y cómoda, pues la isócrona máxima que los separa se sitúa por debajo de los 60 minutos de promedio (Navalón-García, 2017).

En el área se encuentra también una oferta de alojamiento suficiente, aunque no demasiado numerosa, y una abundante presencia de restaurantes capaces de ofrecer un servicio adecuado y de calidad ante la eventual llegada de turistas o visitantes para disfrutar de los posibles productos de turismo industrial, como puede observarse en la tabla síntesis de la oferta turística (Navalón-García, 2018).

Así pues, teniendo en cuenta el balance global de los factores que pueden impulsar la llegada de visitantes y el potencial mercado emisor de proximidad y del propio entorno, puede afirmarse que se dan unas condiciones aceptables para el desarrollo de un turismo industrial a partir de visitas a industria viva. Sin embargo, las condiciones en las que se encuentra el patrimonio industrial histórico no permiten hablar, de momento, de un turismo de arqueología industrial puesto que, aun existiendo elementos de indudable interés, como la colonia

Municipio	Tasa función turística	Plazas de alojamiento	Número restaurantes	Agencias viajes
Ibi	0,96	227	26	8
Onil	0,65	49	3	3
Castalla	1,50	155	17	3
Biar	10,72	391	9	2
Beneixama	0,76	13	1	0
Villena	0,47	159	58	8
Sax	0,76	74	10	2
Elda	0,46	242	58	18
Petrer	0,10	34	49	8
Monóver	0,42	51	19	2
Novelda	0,45	117	25	9
Monforte del Cid	0,41	31	6	1
Salinas	0,96	15	3	0
Algueña	1,44	20	2	0
Pinoso	1,34	102	22	3
La Romana	1,58	38	7	0
Hondón de los Frailes	2,83	33	2	0
Hondón de las Nieves	0,68	17	5	0

Tabla 2. Oferta y tasa de función turística de los municipios de estudio.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Agència Valenciana de Turisme, 2017.

agroindustrial de Santa Eulalia entre los términos municipales de Sax y Villena, la fábrica de carros de Beneixama, el molino en Sax o la fábrica de la luz en Elda, presentan un estado de conservación claramente mejorable y no es posible la visita. La excepción se encuentra en la fábrica electro harinera de Villena, que será empleada en breve como contenedor del museo de la ciudad y atractivo de patrimonio industrial.

Son escasas las iniciativas por parte de las empresas en activo (de juguetes, muñecas, calzado, canteras o cerámica) que abren sus puertas de forma regular y programada para la atención a visitantes, aunque sí

lo hagan de forma puntual y con fines educativos (tabla 3). Las razones por las que no se han puesto en marcha iniciativas de esta índole en muchos casos estriban en que los empresarios no entienden el beneficio que su apertura al público puede generar, tanto en la mejora de su imagen en el exterior y en el propio municipio, como en el *feedback* directo que les pudiera ser de utilidad al permitirles a través de las visitas conocer la opinión de los visitantes sobre el producto.

4. Valoración de los agentes locales sobre el turismo industrial y diagnóstico de la situación

A las variables objetivas que parten del estudio de los recursos potenciales para entender el interés de impulsar el turismo industrial, pareció oportuno añadir la información que proporcionaron los agentes locales implicados en el desarrollo del turismo, tanto técnicos como representantes políticos, con el fin de aportar la percepción subjetiva de quienes tienen entre sus responsabilidades poner en marcha las acciones y estrategias adecuadas para lograrlo. Se realizaron entrevistas de dos horas de duración de promedio en las que se obtuvo la opinión de 35 personas de todos los municipios de estudio.

El método empleado fue el de una entrevista semiestructurada, a partir de un guion básico que permitiera dirigir la conversación y al mismo tiempo dar homogeneidad al diálogo, sin perder de vista el conjunto con el que se desea comparar. El listado de preguntas se planteó de forma abierta centrándose en los siguientes aspectos:

- El concepto de turismo industrial, variable en cada municipio en función de la naturaleza de su patrimonio y su base industrial activa.
- Importancia que se da a esta potencial línea de desarrollo turístico.
- Presencia de recursos con potencialidad de uso y productos de turismo industrial, incluyendo también preguntas sobre el grado de desarrollo de estos productos.

- Grado de conocimiento, concienciación, participación y preparación del empresariado local para el desarrollo de iniciativas de apertura al público visitante.
- Acciones e iniciativas del municipio en torno al turismo industrial, tanto en temas de adecuación como en comunicación.
- Percepción sobre la oportunidad del trabajo en una red de municipios para impulsar distintas acciones coordinadas.

4.1. Resultados obtenidos de la consulta a agentes locales

En términos globales la percepción de la importancia que se tiene del turismo industrial en estos municipios es ajustada, mostrando que es Alta o Muy alta en tan solo el 30% de los casos, y calificada como Poca o Regular para el 69% restante.

Aun así, para el 46% de los entrevistados el turismo industrial supone el principal producto turístico de su oferta, y para el 54% restante se entiende como un producto complementario a otras propuestas, vinculadas generalmente al turismo cultural basado en el

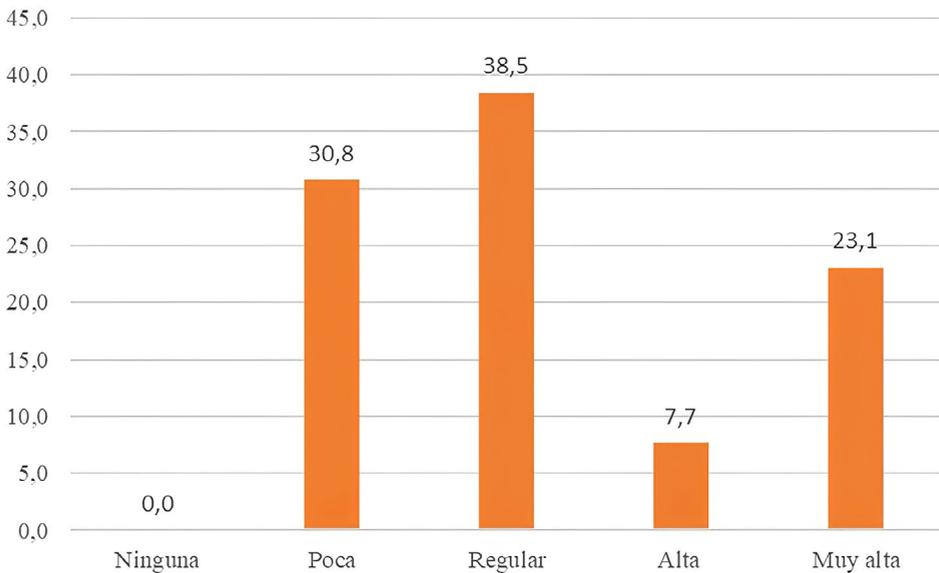


Figura 3. Importancia actual del turismo industrial en el municipio.

Fuente: elaboración propia.

patrimonio construido del municipio. Llama la atención, sin embargo, que la inmensa mayoría, el 92% de las respuestas, indiquen que los recursos del patrimonio industrial no se encuentran adaptados para realizar visitas turísticas, pero que se responda que sí existen productos turísticos de turismo industrial en un 85% de las respuestas. Lo que denota una flagrante contradicción o un desconocimiento de la diferencia entre recurso y producto turístico, o del hecho de que para que pueda existir un producto turístico es básico la condición de acceso, además de la dotación de servicios que aporten valor añadido al recurso de atracción.

En el 57% de los casos se indica que el municipio está poniendo en marcha acciones para activar el uso turístico recreativo de los elementos relacionados con la industria viva y el patrimonio industrial. En la misma línea proactiva, destaca la respuesta a la pregunta de si es conveniente la colaboración intermunicipal para la puesta en marcha del turismo industrial con un 100% de respuesta como interesante (7,6%), muy interesante (15,3%) o fundamental (76,9%). Ello muestra el interés y la voluntad por emprender un camino de cooperación supramunicipal, que entendemos es condición clave para la competitividad de un posible turismo industrial en estas comarcas.

4.2. Diagnóstico DAFO

Las apreciaciones de los grupos de interés y agentes locales, junto con el estudio realizado sobre los recursos turísticos y otros elementos de atracción, como el análisis del contexto socioeconómico del ámbito que nos ocupa y el trabajo de campo, nos permite aportar el siguiente diagnóstico de situación. En éste se muestra la síntesis de las cuestiones clave, tanto en el ámbito de las acciones que dependen del ámbito competencial de los municipios, como del contexto externo, que muestra las condiciones favorables o no deseables del entorno al que hay que atender para minimizar los impactos y aprovechar las ventajas potenciales. Este balance debería servir de base para identificar los puntos de mejora y las debilidades que se han de corregir, y que deberían regir las

nuevas estrategias de futuro, pero también para reconocer las fortalezas del sistema general y las oportunidades que deberían aprovechar.

a) Fortalezas

- Buena accesibilidad general del territorio.
- Contexto climático favorable.
- Proximidad del destino a los mercados emisores del entorno.
- Existencia de patrimonio industrial con gran atractivo.
- Gran variedad temática basada en la industria: juguete, calzado, marroquinería, cerámica, mármol, vino, uva, destilados, aceite.
- Identificación de la población local con el patrimonio industrial y las actividades que en estos espacios se desarrollaban.
- Singularidad del patrimonio industrial existente que supone un atractivo turístico de interés: patrimonio industrial y actividades industriales actuales.
- Existencia de iniciativas públicas y privadas interesantes.
- Potencial de atracción de visitantes importante.
- Presencia de recursos combinables con enormes posibilidades para la creación de rutas turísticas industriales de gran atractivo en función de los temas principales.
- Existencia de elementos dotacionales dedicados a las actividades turísticas e industriales: museos del calzado, del juguete y de la muñeca.
- Recursos potentes con potencial de creación de parques culturales en torno al patrimonio industrial en determinados enclaves de industrialización de la zona.

b) Debilidades

- Falta de conciencia sobre el interés del turismo industrial en la industria viva.
- Insuficiente valorización del patrimonio industrial salvo en casos aislados.
- Generalmente el estado de conservación de los recursos patrimoniales es malo.

- Problemas de accesibilidad a determinados bienes del patrimonio industrial: propiedad privada, horarios no adaptados o inexistentes.
- Señalización turística mejorable (exterior e interna).
- En algunos recursos industriales existen graves problemas de seguridad.
- Problemas de legalidad y seguridad en las visitas a industria viva con determinadas producciones que pueden ser peligrosas.
- La mayoría de recursos patrimoniales de carácter industrial son de propiedad privada.
- Estado de conservación mejorable en conjuntos patrimoniales representativos de la industrialización en la provincia de Alicante (Colonia Santa Eulalia, Molino de Sax, Fábrica de la Luz en Elda, fábrica de carruajes).
- Inexistencia de programas interpretativos que faciliten la comunicación del valor de este patrimonio al público.
- Grado de adaptación al público susceptible de mejora en los museos asociados a industrias.
- El excursionismo es la práctica turística más habitual en este tipo de visitas.
- Escasa experiencia en la gestión turística del patrimonio cultural en general.
- Desconocimiento de los canales de promoción y comercialización específicos en turismo cultural y turismo de interior.
- Falta de conciencia social sobre el valor del patrimonio cultural municipal.
- Escasos ejemplos de iniciativas locales emprendedoras para desarrollar proyectos turísticos de naturaleza cultural y sobre la industria viva.
- El grado de colaboración entre la Administración y los agentes privados es susceptible de mejora.

c) Amenazas

- Posible competencia de otros destinos culturales cercanos y zonas industriales.
- Imagen de la Costa Blanca como destino marcadamente litoral.
- Imagen de los municipios industriales poco atractiva.
- Reducida experiencia en proceso de planificación de productos turísticos culturales en esta región.
- Confusión del turista ante la oferta de experiencias pseudo-culturales.
- Elevado peligro de desaparición de determinados ejemplos del patrimonio industrial si no se inicia un proceso serio de planificación para su gestión integral.
- Instalaciones de gran tamaño que incrementan los costes de restauración.

d) Oportunidades

- Nuevas tendencias en la demanda con mayor sensibilidad por conocer el territorio.
- Aumento del segmento de demanda del turismo cultural.
- El contexto turístico del destino Costa Blanca supone una ventaja competitiva.
- Proximidad de recursos y de oferta turística cultural a los mercados emisores nacionales y extranjeros.
- Estrategias globales en el mercado turístico nacional, regional y provincial para la diversificación del modelo turístico.
- Contexto administrativo favorable para la obtención de subvenciones encaminadas a la puesta en marcha de proyectos de activación del turismo industrial en industria viva
- Posibles subvenciones para proyectos de valorización de recursos patrimoniales y al apoyo de iniciativas turísticas y de ocio.
- Creciente preocupación de la opinión pública por la conservación y uso social del patrimonio.
- Nuevas figuras para la gestión del patrimonio industrial como factor de desarrollo turístico: el parque patrimonial.

- Posibilidades que ofrece la interpretación del patrimonio como eficaz proceso de comunicación entre el patrimonio y el público.
- La museología actual ofrece enormes posibilidades para la presentación y comunicación del patrimonio industrial.
- Experiencias de éxito en destinos turísticos similares (Cataluña).
- Iniciativas en el ámbito europeo encaminadas a la recuperación del patrimonio industrial (Alemania, Francia, Gran Bretaña, Holanda).
- Concienciación de la importancia del patrimonio industrial por parte de la población local, sentimiento de aprecio por este patrimonio.
- Mayor concienciación por el patrimonio y las actividades industriales tradicionales.

5. Balance y propuestas de actuación

Tras todo lo expuesto, queda fuera de toda duda el interés que la apuesta por el turismo industrial posee para estos municipios del Alto y Medio Vinalopó y la Foia de Castalla, junto con Agust. La larga trayectoria de la industria de estas poblaciones ha hecho posible la existencia de recursos del patrimonio industrial que merecerían mayor atención e inversión para garantizar su salvaguarda. Al mismo tiempo esta industria, que sigue activa y con gran potencia competitiva a partir de la incorporación de la constante innovación, proporciona otros elementos propios de la industria viva que pueden resultar de interés para una demanda turística abierta a nuevas experiencias, interesada por un patrimonio intangible y por fórmulas que propicien la interacción y creatividad.

Pero los favorables factores de localización, la presencia de recursos o la voluntad política no es suficiente, si no se concreta en la creación de productos turísticos que puedan ser complementarios con los ya existentes, y con las nuevas propuestas y, sobre todo, que sean capaces de ofrecer el valor añadido que solicita una demanda cada vez más experimentada, exigente y con capacidad de generar interesantes beneficios en estas comarcas.

Dada la existencia de ejes temáticos industriales que atraviesan el territorio de estas comarcas, sin las fronteras administrativas de los municipios, lo lógico sería propiciar la creación de productos supra-municipales. El desarrollo turístico en forma de rutas coordinadas, que fueran capaces de extender los beneficios de la actividad industrial a otros sectores afines o complementarios, favorecería la distribución de los flujos turísticos al conjunto de recursos de la comarca.

En cada caso y para cada eje temático, de forma pormenorizada, se deberían desarrollar las acciones de: diagnóstico de la situación; identificación y creación de foco principal de referencia; jerarquización, selección y rehabilitación de los recursos relacionados; definición del contenido cultural, de ocio y turístico de cada eje temático; redacción del discurso interpretativo: contenidos preferentes; y finalmente proceder al diseño, identificación e implantación de recorrido que enlace los diferentes recursos y, a ser posible, también los distintos municipios implicados.

Se proponen a continuación algunos de los ejes temáticos clave con los elementos de la oferta que podrían estar vinculados, a modo de orientación para el desarrollo de verdaderos productos de turismo industrial en estas comarcas.

PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL MÁRMOL Y PIEDRA NATURAL		
MUNICIPIOS	Pinoso, Novelda, Monóvar, Monforte del Cid, Algueña, La Romana	
Foco principal de referencia	Casa del mármol y del vino. Pinoso	Existente
	Edificio de la Estación de Novelda, colección de Mármol Spain	En proyecto
Productos y rutas existentes	Ruta del mármol y la piedra – Novelda Ruta del mármol y del vino – Pinoso Ruta circular de piedra – Monóvar Visita virtual MÚCA – Algueña Ruta de los canteros – Elda-Novelda Ruta urbana modernismo – Novelda	
Otras ofertas asociadas	Museo de artes y oficios– Monóvar MÚCA– Algueña	
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL JUGUETE y MUÑECAS		
MUNICIPIOS	Ibi, Onil, Castalla, Biar	
Foco principal de referencia	Museo de Juguete	Existente
	Museo de la muñeca	En proyecto

Turismo industrial en las comarcas del entorno del Vinalopó:
aproximación a su potencial y futuro

Productos y rutas existentes	Visitas al museo de la Muñeca Visitas al museo del juguete AIJU – ludoteca Visita a Fábricas INJUSA, Paola reina Donde nacen los juguetes La senda dels nevaters Tiempo de fiesta Varias relacionadas con el senderismo; Varias rutas relacionadas con otros recursos locales	
Otras ofertas asociadas	Hotel del Juguete (Ibi)	
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL CALZADO Y MARROQUINERÍA		
MUNICIPIOS	Elda, Petrer, Sax, Monóvar, Villena, Pinoso	
Foco principal de referencia	Museo del Calzado	Existente
Productos y rutas existentes	Día 37 Visita al Museo del Calzado Cenicielda	
Otras ofertas asociadas	Museo Miguel'lo	
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL CERÁMICA Y ALFARERÍA		
MUNICIPIOS	Agost, Biar, Petrer	
Foco principal de referencia	Museo de la Alfarería	Existente
Productos y rutas existentes	Ruta de la alfarería Ruta de la cultura del agua Ruta geológica	
Otras ofertas asociadas	Ruta de alfarería Alfareria Navà Alfareria Severino Boix Ruta artesanal de la cerámica vidriada – Biar	
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL GASTRONOMÍA		
MUNICIPIOS– PRODUCTOS	Uva embolsada: Novelda, Monforte del Cid, Agost Bebidas espirituosas: Monforte del Cid, Monóvar, Beneixama Aceite: Beneixama, Onil, Petrer, Biar Helados: Ibi, Turrón: Biar, Sal: Pinoso, Salinas, Villena Especias: Novelda, Embutido: Pinoso, Salinas, Gazpacho: Pinoso, Castalla, Dulces tradicionales: todos los municipios Miel: Villena	
Foco principal de referencia	Museo del Aceite – Onil Museo etnológico – Beneixama Museo de artes y oficios – Monóvar	Existente
Productos y rutas existentes	Museo del Aceite – Onil Cooperativa agrícola – Petrer Cooperativa agrícola – Pinoso Verdú Saffron, Especias Carmencita Apicultura La Piquera	
Otras ofertas asociadas	Todas los establecimientos incluidos en la Ruta del vino de Alicante	

PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL ARTESANÍA DE LA FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS		
MUNICIPIOS	Onil, Ibi, Castalla, Biar, Villena, Sax, Elda, Petrer	
Foco principal de referencia	Museo de la festa (Ibi, Onil) Casa del fester (Biar) Centro de interpretación de Villena	Existente
Productos y rutas existentes	Ninguna afín a esta temática	
Otras ofertas asociadas		
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL RUTA DEL VINO DE ALICANTE		
MUNICIPIOS	Villena, Salinas, Algueña, Pinoso, Monóvar, Novelda, Sax, Petrer	
Foco principal de referencia	Casa de vino y del marmol (Pinoso) Centro de interpretación de Villena Museo de artes y oficios (Monóvar) MUCA (Algueña) Edificio de la Estación de Novelda, Colección de mármol Spain	Existente (en proyecto)
Productos y rutas existentes	Acciones vinculadas a la Ruta del Vino de Alicante	
Otras ofertas asociadas		
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL PERSIANAS Y PROTECCIÓN DEL HOGAR		
MUNICIPIOS	Sax	
Foco principal de referencia	Exposición de la fábrica Giménez Ganga	Existente (para reformar)
Productos y rutas existentes	Ninguna afín a esta temática	
Otras ofertas asociadas		
PRODUCTO TURÍSTICO INDUSTRIAL COLONIA AGROINDUSTRIAL SANTA EULALIA		
MUNICIPIOS	Villena, Sax	
Foco principal de referencia	Colonia Santa Eulalia (precisa actuaciones importantes que serían la acción más urgente)	Existente
Productos y rutas existentes	Ninguna desarrollada de forma sistemática	
Otras ofertas asociadas		

Tabla 3. Ejes temáticos para el desarrollo del turismo industrial en las comarcas del Alto y Medio Vinalopó, Foia de Castalla y Agost. Fuente: Elaboración propia.

Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ ARECES, M. A. (2007). Los otros turismos. *Abaco: Revista de cultura y ciencias sociales* (54), 23-40.
- BAUMAN, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- CASANELLES, E. (2007). Nuevo concepto de Patrimonio Industrial, evolución de su valoración, significado y rentabilidad en el contexto internacional. *Bienes Culturales, Revista del Instituto de Patrimonio Histórico* (7), 59-70. Recuperado de <http://www.calameo.com/read/0000753353edaf669f1f9>
- EDWARDS, J. y LLURDÉS, J. C. (1996). Mines and quarries. Industrial heritage tourism. *Annals of Tourism Research* (23, 2), 341-363.
- NAVALÓN-GARCÍA, R. y RICO, E. (2014). ¿Turismo industrial en la Costa Blanca? Luces y sombras de la activación de la industria alicantina con fines recreativos y turísticos, en López, F. y Cánoves, G., *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos* (pp. 531-542). Valencia: Tirant Humanidades.
- NAVALÓN-GARCÍA, R. y RICO, E. (2016). El desarrollo de productos de turismo cultural. *Canelobre* (66). *Monográfico sobre Turismo en Alicante y la Costa Blanca*. Instituto alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, 278-289.
- NAVALÓN-GARCÍA, R. (2017). El calzado como argumento para el desarrollo del turismo industrial. *Canelobre* (68). *Monográfico sobre El calzado en la provincia de Alicante*. Instituto alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, 226-237.
- NAVALÓN-GARCÍA, R. (2019). El potencial recreativo del río Vinalopó: retos y oportunidades para su conservación, en Márquez, J. C., Navalón, R., y Soler, J. L. (eds.) *El mundo del agua paisaje de vida. Patrimonio Histórico-Cultural del Vinalopó* (pp. 283-306). Elda: Ayuntamiento de Elda.
- PARDO, C (2010). El patrimonio industrial en España: análisis turístico y significado territorial de algunos proyectos de recuperación. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (53), 239-264.
- PINE, B. J., & GILMORE, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard University Press.
- RICHARDS, G. (2009). Creative tourism and local development. In: Wurzburger, R., Pattakos, A. & Pratt, S. (eds.) *Creative Tourism: A global conversation* (pp. 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- RICHARDS, G. (2017). El consumo de turismo en la posmodernidad o en la modernidad líquida. *Oikonomics. Revista de economía, empresa y sociedad*

- (7, mayo 2017). Universitat Oberta de Catalunya. Fecha de la última consulta: 3 de junio de 2019. Disponible en <http://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero07/dossier/grichards.html>
- RICO, E., y NAVALÓN-GARCÍA, R. (2016). Patrimonio cultural de la Costa Blanca. Recursos y potencialidades para su desarrollo turístico. *Canelobre* (66). *Monográfico sobre Turismo en Alicante y la Costa Blanca*. Instituto alicantino de Cultura Juan Gil-Albert, 109-123.
- ZÁRATE, A. (2011). La visita de empresa, otra forma de hacer turismo. *Estudios Geográficos* (LXXII, nº 270), 291-321.