

Planes de desarrollo turístico en las comarcas del interior alicantino: el largo camino del proyecto a la realización y gestión¹

Rosario Navalón-García

Dpto. Análisis Geográfico Regional y Geografía Física
Universidad de Alicante. r.navalon@ua.es

1. Introducción

A lo largo de la última década, en las comarcas del Alto y Medio Vinalopó y en la subcomarca de la Foia de Castalla de la provincia de Alicante se han venido desarrollando diversas iniciativas en forma de planes y proyectos de desarrollo turístico para la activación de diversos recursos patrimoniales. Tanto en la escala comarcal, como provincial y regional, con el impulso de estos documentos se entiende que se puede dar respuesta a la necesidad de los cercanos destinos turísticos litorales para diversificar y diferenciar su imagen, al tiempo que se atiende a las nuevas motivaciones de la demanda. A ello se añade otra función estratégica, puesto que estas iniciativas también responden a la voluntad de revitalizar las economías locales a partir de la activación turística del patrimonio, en un entorno fundamentalmente centrado en una producción industrial que precisa reorientación.

En este contexto, impulsados por instancias provinciales y regionales, se redactaron los proyectos: Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana, de escala regional; el Plan de valorización turística del patrimonio cultural de la provincia de Alicante (en distintas fases), de alcance provincial y el Plan para el Análisis e impulso del turismo industrial conducente a la puesta en marcha de un Plan de competitividad turística para las comarcas citadas. Con distinto nivel de precisión, según la amplitud de la escala, en estos documentos se realizaron distintas propuestas de desarrollo turístico que afectaban a estas comarcas, llegando en algunos casos hasta un detalle que permitiría la puesta en marcha de proyectos reales a través de los mecanismos de gestión pertinentes. Sin embargo, diversos factores relacionados con la voluntad política, la aportación económica-financiera, la estructura organizativa y la capacidad real de gestión, han propiciado que estas propuestas hayan sido postergadas a lo largo del tiempo o hayan quedado en el olvido.

En este trabajo analizaremos estas tres propuestas de planificación territorial turística planteadas para el traspais de un espacio turístico consolidado como es la Costa Blanca alicantina. Se pretende con ello identificar cuáles han sido los elementos que han incidido en

¹ Esta aportación se inserta en el proyecto “Análisis de procesos de planificación aplicados a ciudades y destinos turísticos inteligentes. Balance y propuesta metodológica para espacios turísticos: *Smart Tourism Planning*. (CSO2017-82592-R) del Programa Estatal de I+D+i del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Periodo de ejecución: 2018-2020

su impulso, aplicación y trayectoria posterior, para sintetizar los aspectos clave que pueden hacer viable la gestión de proyectos y su puesta en práctica.

2. Planificación territorial turística, desarrollo y aplicación

Entendemos la planificación territorial turística como el proceso en el que, a partir de un profundo análisis del contexto y de la coordinación, cooperación y participación de los agentes públicos y privados, se promueve un desarrollo sostenible del turismo acorde con las condiciones del territorio. Para lograr el impulso de los lugares turísticos y minimizar los posibles impactos negativos derivados la planificación, esta ha de ser capaz de proponer unos objetivos generales, que habrán de desarrollarse a través de políticas específicas con las que realmente se definirán los modelos territoriales de desarrollo (González, Antón, 2016). Así pues, el plan es el instrumento que enmarca la acción, que orienta los criterios de desarrollo y que propone los objetivos estratégicos para la mejora del turismo. Pero para que esto se haga realidad es preciso que los planes se concreten en políticas que guíen la acción y propicien la definición de acciones y medidas específicas para aplicar a los lugares turísticos.

Aunque en algunos casos pueda parecerlo, la planificación no es un fin en sí misma. Conviene recordar que para que esta tenga efecto en el territorio debe contemplar actuaciones conscientes al menos en cuatro dimensiones (Gunn, 1994): 1) Debe procurar la satisfacción del turista y ser capaz de adaptarse a las necesidades de una demanda en constante cambio. El planteamiento de mejoras genéricas para un territorio, sin considerar las necesidades de la demanda puede llevar a decisiones erróneas. 2) El éxito de la planificación se relaciona con el beneficio de los negocios privados y de los agentes sociales, por lo que su participación y colaboración resulta fundamental y puede implicar garantía de éxito. 3) Siempre se ha de buscar el equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación de los recursos y el patrimonio del territorio, apostando por un crecimiento sostenible y razonable. 4) En las propuestas se deben tener en cuenta las necesidades de la población residente y ofrecer beneficios para la comunidad local, y no únicamente para los visitantes. Además de todo ello, la puesta en marcha de nuevas acciones no debe plantearse como algo sobreimpuesto sino como un activo que se imbrica en el tejido económico y social. Si no se contempla alguna de estas dimensiones es probable que el desarrollo propuesto acabe generando tensiones territoriales, ambientales y sociales, que no resulten adecuadas para lograr el éxito deseado.

De lo expuesto se desprende que la planificación territorial es transversal, lo que contrasta con la compartimentación de las competencias administrativas en distintas escalas que no siempre están integradas (Ivars, 2003). En la práctica, además, la planificación es el resultado de la aplicación y agregación de políticas (económica, urbanística, ambiental) no siempre coordinadas entre sí. Este hecho resulta fundamental si entendemos que planificar implica tomar decisiones, pero que se pone en marcha realmente cuando se proponen acciones concretas de carácter vinculante en forma de políticas adecuadas para que estas sean una realidad. Como indica Velasco (2011) la existencia de políticas turísticas no implica sólo la voluntad de ponerlas en marcha. Para que estas sean un hecho: 1) no puede tratarse de acciones individuales y su disposición implica un cauce de acción coordinado, articulado y racional; 2) Deben venir apoyadas por un presupuesto suficiente para su ejecución dentro de unos plazos previstos; 3)

Las propuestas deben plantearse en el ámbito de sus competencias, lo que no impide que se acometan iniciativas de coordinación y consenso con los agentes privados que resulte conveniente; 4) Ha de ser posible evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos de la política para evitar que se convierta solo en una declaración de intenciones generales que no asegura su ejecución; 5) Su vocación ha de ser de implantación global y dinámica, como lo es el sistema turístico, y debe contemplar su relación con todos los agentes y sectores que se relacionan con el turismo.

Así pues, la planificación territorial turística que, a diferencia de la urbanística no suele ser prescriptiva, va más allá de la redacción de un plan para desarrollar el turismo: implica negociación, compromiso, valores, elección y la disposición de políticas (y presupuesto). En la práctica para que esto sea posible la Administración Pública, como encargada de la gestión de los destinos turísticos, es la que adopta el liderazgo y la que asume la coordinación de los agentes sociales implicados en el proceso de planificación. Su papel como impulsora es clave en el desarrollo de la iniciativa planificadora, sin embargo, para la obtención de los mejores resultados es preciso contemplar la participación activa de todos los agentes, además de la Administración, para la definición de los objetivos, procesos y prioridades, aproximándonos al concepto de gobernanza (Vera et al, 2013).

Otro de los aspectos fundamentales en la planificación turística es la definición de la escala, que no implica sólo el cambio de dimensión territorial, sino también la definición del alcance y profundidad de las propuestas y estrategias de futuro. Obviamente, en las escalas más amplias las recomendaciones y directrices serán de carácter indicativo, con consideraciones generales sobre la orientación de los ejes principales, y se obtendrá mayor precisión progresivamente en escalas subregionales o locales, en las que pueden definirse áreas homogéneas para el planteamiento de propuestas de reestructuración, impulso de nuevos productos temáticos, o desarrollo de vectores de crecimiento.

3. Metodología

Tras esta contextualización del concepto de la planificación territorial turística creemos interesante estudiar tres proyectos de desarrollo turístico, propuestos para el mismo espacio geográfico, pero impulsados desde instancias diferentes a distintas escalas. El objetivo es analizar los aspectos que han propiciado su impulso inicial, su vigencia y nivel de ejecución tras varios años desde su redacción.

Como se indicaba, el estudio se centrará en el territorio de las comarcas del Alto y Medio Vinalopó y la subcomarca de la Foia de Castalla (integrada actualmente en la comarca del l'Alcoià), en el interior de la provincia de Alicante, y en el análisis de las especificaciones de tres planes de desarrollo distintos, sucesivos a lo largo del tiempo, e impulsados desde tres instancias diferentes: 1) La escala autonómica, con el Plan de espacios turísticos de la Comunidad Valenciana (2007) impulsado por la Agencia Valenciana de Turismo, entidad regional a la que corresponde el fomento y ordenación de la actividad turística de la Comunitat Valenciana; 2) La escala provincial recogida con el Plan de valorización turística del patrimonio cultural de la provincia de Alicante: Plan Costa Blanca Cultura (2008-2013, desarrollado en varias fases) subvencionado por el Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca, dependiente de la Diputación de Alicante; 3) La

planificación territorial turística en el nivel subregional o comarcal, se abordará desde el proyecto Análisis y propuestas para el impulso del turismo industrial en las comarcas del Vinalopó y la Foia de Castalla (2017) impulsado por la Agencia Valenciana de Turismo para la puesta en marcha del Plan de competitividad turística para este espacio, como ejemplo de una propuesta estrategia en la que interesa desarrollar acciones de ámbito supramunicipal, con especial foco en agrupaciones de municipios o entornos mancomunados Tras una breve descripción de estos documentos, de las circunstancias en las que surgen y de su vigencia, se planteará una síntesis de los aspectos que, a nuestro entender, han llevado a la situación actual. El análisis de estos planes tratará cuestiones referidas a: 1) modo en que se realizó el análisis de los componentes del sistema turístico, 2) coordinación de los agentes (públicos y privados) en el proceso de planificación, 3) disposición de inversión en aspectos fundamentales para la creación de producto, 4), planificación y propuesta de mecanismos de gestión.

Documento	Año redacción	Institución impulsora	Ámbitos aplicación
Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana	2007	Agència Valenciana de Turisme-Conselleria de Turisme	Regional 21 espacios delimitados
Plan de valorización turística del patrimonio cultural de la provincia de Alicante (distintas fases)	2008-2013	Diputación de Alicante	Provincial
Planes de dinamización y gobernanza de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana: (Análisis y propuestas para el impulso del Turismo industrial en las comarcas (...))	2017	Agència Valenciana de Turisme - Conselleria de Turisme Diputaciones Mancomunidad/ Municipios	Aplicación en ámbito local mancomunado

Tabla 1. Síntesis de los documentos de análisis. Fuente: Elaboración propia a partir de los documentos señalados

4. Planes y proyectos para el desarrollo turístico de las comarcas del Alto, Medio Vinalopó y subcomarca de la Foia de Castalla

Los municipios de estas comarcas se encuentran en el interior de la provincia de Alicante, a una distancia temporal no superior a 60 minutos respecto a los destinos turísticos consolidados Costa Blanca fundamentalmente centrados en productos vinculados con el clima y el mar. La proximidad geográfica respecto a la costa, sus rasgos climáticos y la densidad y calidad de las vías de comunicación, junto a la presencia de recursos patrimoniales naturales y culturales, hacen de este entorno un área con evidente potencial para el desarrollo de estrategias de diversificación turística regional. Sin embargo, hasta fechas recientes salvo contadas excepciones, no se ha explorado la posibilidad de desarrollo turístico por considerarlo innecesario. Se trata de uno de los espacios subregionales de mayor dinamismo de la Comunidad Valenciana, gracias a una estructura económica fundamentalmente industrial, vinculada al sector del calzado y la marroquinería, la piedra y el mármol, o el juguete, además de incluir explotaciones agrícolas de frutas y hortalizas, de vid para producción vitivinícola y uva de mesa, todas ellas con una clara vocación exportadora. A pesar del peso económico de

estas, se trata de sectores sometidos a los avatares de los mercados internacionales y a periódicas coyunturas desfavorables, de forma que para estos municipios el desarrollo de la actividad turística puede entenderse como una posibilidad de ampliación de elementos de su estructura económica, capaces de generar rentas complementarias y puestos de trabajo vinculados directa o indirectamente al sector servicios (Agència Valenciana de Turisme, 2007). Se considera un corredor natural, estructurado por el valle del río Vinalopó, que tradicionalmente ha favorecido el flujo de personas y mercancías entre la meseta y los espacios del interior peninsular y la costa mediterránea, y que también ha canalizado los movimientos turísticos interior-costa. A lo largo de este eje, se distribuyen una serie de núcleos de población de rango intermedio (el 64% de los municipios poseen más de 5.000 habitantes) y una elevada densidad media, que supone en sí misma un potencial mercado para propuestas recreativas y turísticas.

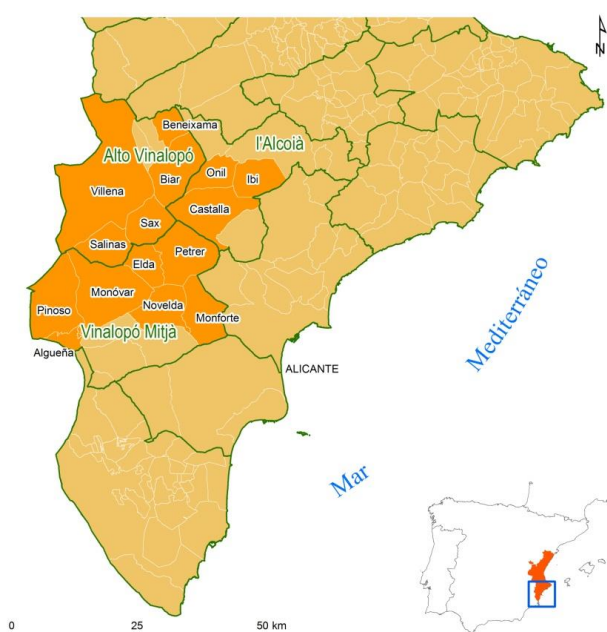


Fig. 1 Localización del área de estudio. Fuente: Elaboración propia

El hecho de que la demanda haya variado sus hábitos de consumo y ampliado sus motivaciones ha puesto a estos municipios del traspaís alicantino en el punto de mira de los desplazamientos recreativos de proximidad, que se sienten atraídos por lugares no turistificados que ofrezcan variedad y actividad, o experiencias percibidas como diferentes. Además, el hecho de que también en estas comarcas de interior puedan encontrarse desarrollos turístico-residenciales (en forma de urbanizaciones) y que se vaya consolidando en el espacio rural una demanda extranjera que comienza a ser visible, puede considerarse también un revulsivo que ha hecho creíble para estos gestores locales que los recursos tradicionales de estos municipios pueden resultar de interés para foráneos. En este contexto surgen las iniciativas de planificación turística que ahora describimos, fundamentalmente impulsadas por la Administración a distintas escalas.

4.1. El Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana

Según Ivars (2016) este documento es reflejo de una legislación turística regional que propicia la redacción de planes estratégico-sectoriales. Se concibe como un instrumento que aborda la planificación de la actividad desde la concepción del territorio como recurso, estableciendo posibles propuestas de actuación bajo criterios de sostenibilidad (Agència Valenciana de Turisme, 2007). Con esta orientación es indudable su utilidad para el desarrollo turístico de la región pero, a pesar de incluir aspectos territoriales, no presenta una vinculación directa con los planes de ordenación del territorio y, por tanto, tampoco establece los cauces de coordinación que serían necesarios para abordar de forma operativa el desarrollo territorial del turismo. Propone tres líneas de trabajo: 1) la delimitación de 21 espacios turísticos, a partir de áreas de territorio con rasgos turísticos de cierta homogeneidad que permitieran la ejecución de una política turística uniforme para cada espacio; 2) la elaboración de unas Directrices Generales de actuación aplicables al conjunto de la Comunitat Valenciana y 3) la definición de Directrices Particulares con medidas concretas aplicables a cada uno de los espacios delimitados.

En el marco de la anterior Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunitat Valenciana, las premisas de partida son coherentes y lógicas. Por ejemplo, mejorar la competitividad del sector y su desarrollo sostenible, o facilitar a los agentes implicados directrices orientativas, tanto generales en torno a distintos ejes de actuación transversal, como particulares para cada ámbito. En el proceso de redacción se propuso la participación a escala local y supramunicipal, e institucional con entrevistas a agentes turísticos, cuestionarios a municipios y grupos de trabajo. Fruto de estos trabajos se ofrece una propuesta consensuada respecto a las directrices a aplicar, que pretender ser flexible y no vinculante para las acciones a ejecutar, dejando un camino abierto a las necesidades que pueden ir surgiendo.

Para el ámbito espacial que nos ocupa, este documento proponía en sus directrices particulares una serie de ejes de actuación como: 1) la adecuación de castillos y creación de rutas turísticas asociadas, 2) impulsar la diferenciación y excelencia de la oferta de alojamiento, 3) puesta en valor turístico de la gastronomía y riqueza vitivinícola, 4) revalorización de edificios singulares en los centros históricos, 5) desarrollo de actuaciones que incidan en la educación ambiental, 6) optimización de recursos asociados a los castillos del Vinalopó, 7) promoción conjunta de productos específicos (enoturismo, turismo industrial, bélico, etc), y 8) programas formativos para agentes vinculados al sector turístico.

Aun tratándose de una propuesta coherente, participada inicialmente y abierta, el hecho de que para este Plan de Espacios no se establecieran unos plazos de ejecución, ni se planteara la cuestión de la dotación presupuestaria, ni los mecanismos de coordinación y gestión a nivel local y supramunicipal, ha hecho que este documento quede como mero referente de consulta, que debe ser retomado, revisado y concretado para posteriores propuestas de planificación y gestión concretas.

4.2. Plan de valorización turística del patrimonio cultural de la provincia de Alicante

Este proyecto se desarrolló a lo largo de seis años por impulso del Patronato Provincial de Turismo, dependiente de la Diputación de Alicante, con el objeto de fomentar la activación de los elementos patrimoniales como pieza clave de diferenciación del destino Costa Blanca. El trabajo se abordó en distintas fases, abarcando desde la escala más amplia a nivel provincial

hasta el detalle de aplicación local. La metodología de trabajo se basó, entre otras acciones, en un riguroso trabajo documental, el reconocimiento del territorio y la síntesis técnica de todo ello. Pero la pieza fundamental en este proceso de activación del patrimonio local fue la implicación de los agentes turísticos y culturales, que resultó clave para obtener un diagnóstico previo que condujera a la selección de una serie de líneas de trabajo prioritarias. Estas se basaron en temas capaces de otorgar al patrimonio un papel integrador del territorio para superar la dicotomía entre litoral e interior.

Partiendo de la ponderación de los factores de localización clave para la viabilidad de propuestas, el desarrollo lógico del proyecto llevó a la propuesta de la fórmula de gestión más adecuada para hacer que las potencialidades detectadas en el territorio se convirtieran en productos a disposición de la sociedad. La opción más detallada fue la creación de un Club de Producto “Costa Blanca Cultura” capaz de impulsar el diseño integrado de los productos turísticos culturales que, con el liderazgo del Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca, lograra su implantación en el mercado, a partir de una promoción y comercialización coherente con los valores patrimoniales. En este entorno territorial se identificaron numerosos ejes temáticos de interés que podrían aglutinar el enorme y diverso bagaje cultural y patrimonial (Ruta del vino, turismo urbano, arqueoturismo, turismo industrial, museos, o modernismo, entre otros). Pero, finalmente, la cartera de opciones se redujo en función de su viabilidad, tiempo y presupuesto disponible, de manera que en 2010 se seleccionaron sólo tres líneas de trabajo específicas. En este caso, las Ruta de los Castillos del Vinalopó, el desarrollo del Arqueoturismo y el Turismo industrial, se situaban con ventaja respecto al resto de opciones, precisamente porque su grado de articulación de recurso-servicio más desarrollado hacía presuponer una más efectiva activación (Navalón, Rico, 2012).

Nuevas restricciones y decisiones internas de la institución impulsora provincial, llevaron con el tiempo a desestimar la posibilidad de aplicación directa de las propuestas. De este modo, a pesar de estar ya definidas las acciones precisas para crear el Club de Producto Costa Blanca Cultura (criterios de adhesión, modalidad de funcionamiento, gestión, etc.), no se llevó a cabo la aplicación efectiva, por falta de liderazgo para crear la estructura organizativa necesaria. Un año más tarde, por cuestiones de disponibilidad presupuestaria, se acordó centrar la atención exclusivamente en la creación de un Club de Producto para la Ruta de los Castillos del Vinalopó que, a modo de experiencia piloto, pudiera servir como modelo para la creación de futuros productos turísticos patrimoniales.

Así pues, se trabajó de forma participativa y consensuada con los agentes implicados en 12 municipios de las comarcas del Vinalopó y subcomarca de la Foia de Castalla (que se añadió en las últimas etapas) para definir la estructura de funcionamiento, redactar los criterios de adhesión, elegir la figura jurídica más adecuada para la gestión económica de las cuotas de los miembros, y tratar la elección de la figura gerencial del producto y cómo se llevaría a cabo el desarrollo de un plan de trabajo en el corto y medio plazo. Sin embargo, la naturaleza del organismo impulsor de este Plan, marcó el sesgo y alcance de las propuestas para la creación de este Club de Producto, que debía quedar limitado a una función puramente promocional y, finalmente, no contempló la dotación presupuestaria necesaria para su puesta en marcha. Esta circunstancia económica, junto a la ausencia de liderazgo por parte de la institución, acabó por paralizar esta iniciativa para crear la estructura de gestión necesaria para el inicio de los trabajos.

Puede afirmarse, no obstante, que la cohesión que generó este proyecto, finalmente truncado desde el propio organismo impulsor, generó un ambiente de trabajo y coordinación entre varios municipios involucrados en el desarrollo de la Ruta de los castillos, que permite augurar un mantenimiento de acciones conjuntas para el desarrollo turístico del área.

4.3. Análisis y propuestas para el impulso del turismo industrial en las comarcas del Vinalopó y Foia de Castalla, para el desarrollo del Plan de competitividad turística

Este proyecto también surge de la iniciativa de la Agència Valenciana de Turisme para el desarrollo de nuevos Planes de Dinamización de los Destinos Turísticos de la Comunitat Valenciana, bajo la iniciativa de los llamados Planes de competitividad Turística, y su finalidad es la de impulsar una iniciativa vinculada al Turismo industrial en las comarcas de estudio. Este proyecto pretende reforzar la creación de proyectos supramunicipales, a partir de mancomunidades o de asociaciones de entes locales, que cuenten con el apoyo y la colaboración de los tres niveles de Administración: autonómica, provincial y local, que habrán de aportar la financiación a partes iguales para el desarrollo de acciones a tres años vista. Se trata, sin duda, de un marco de trabajo interesante que promueve una mirada transversal del territorio, más allá de los límites administrativos de cada municipio, pero que obliga a la negociación y diálogo en distintos niveles.

Este estudio se planteó fundamentalmente para identificar los ejes de trabajo que, de forma consensuada, se considerasen los más adecuados para el desarrollo turístico de los municipios de estas comarcas. La voluntad de ser operativo marcó su sesgo para llegar a la definición y priorización de las líneas estratégicas orientadas a la acción. Así pues, lo más relevante en este proyecto no fue la tarea de redacción de las propuestas sino la búsqueda de sinergias intermunicipales, de consenso en las tareas a realizar y la gestación de acuerdos a nivel local y supramunicipal para generar las estructuras de colaboración y coordinación adecuadas para hacer posible que estos Planes de Competitividad pudieran llegar a articularse. El hecho de tratarse de un grupo de municipios que, en parte, ya poseía una trayectoria de trabajo conjunto, a partir del mencionado proyecto Costa Blanca Cultura, agilizó las tareas y las orientó hacia el pragmatismo y la gestión. De este modo, se llegó a proponer una estructura temática y una jerarquización de acciones viable y realista, para su puesta en marcha a lo largo de los tres años de vigencia.

En este caso también han surgido dificultades, no tanto por las instancias regionales y provinciales que, tras la negociación política, han comprometido el presupuesto y han facilitado el desarrollo de la acción, sino por las restricciones impuestas por la estructura administrativa y económica a nivel local. La complejidad en la gestión de los municipios, sujeta a restricciones presupuestarias y a controles por parte de la intervención y secretaría municipal ha supuesto que, de facto, algunos municipios interesados y comprometidos con la propuesta de creación de una estructura estable para la gestión del plan de desarrollo turístico no hayan podido adherirse finalmente.

A pesar de las dificultades, puede afirmarse que el documento generado ha servido como revulsivo para la creación de una asociación de entes locales, que ya ha aprobado sus estatutos, han comprometido presupuesto en la escala municipal, y han generado una estructura de gestión

para hacer posible el desarrollo de las propuestas consensuadas en el plan. El control de su efectividad vendrá tras el desarrollo de cada anualidad por parte de las instancias regionales y provinciales, que habrán de comprobar mediante justificación de los datos económicos el modo en que se han ejecutado los gastos de las subvenciones otorgadas.

5. Resultados

El estudio de estos documentos en su aplicación a un ámbito geográfico concreto, pero desde enfoques diferentes, permite comparar diferentes aspectos en su formulación y determinar cuáles los elementos clave para su aplicación efectiva. Puede afirmarse que al margen del modo en que se produce la propuesta de los objetivos y del carácter de la Administración que los impulsa, resulta fundamental que los objetivos sean concretos y que desde el propio plan se defina la creación de una estructura de gestión pero, sobre todo, resulta crucial que se disponga la dotación presupuestaria necesaria, junto a los mecanismos de seguimiento y control, para que los proyectos se lleven a cabo.

Documento	Participación	Diretrices /propuestas	Propuestas de gestión	Dotación presupuesto	Control	Desarrollo de acciones
Plan de Espacios turísticos Comunidad Valenciana	Entrevistas Encuestas Grupos de trabajo	Generales y Particulares	No	No	No	No
Plan valorización turística patrimonio Costa Blanca Cultura	Entrevistas Encuestas Grupos de trabajo	Particulares por ejes temáticos	Si	No	No	No
Plan de competitividad turística. Análisis y propuestas para el impulso del turismo industrial (...)	Entrevistas Encuestas Grupos de trabajo	Particulares por ejes temáticos	Sí	Sí	Sí	En proceso

Tabla 2. Síntesis de las variables que inciden en la aplicación de proyectos Fuente: Elaboración propia

A pesar de que en todos los casos el trabajo fue participativo y que las directrices y propuestas fueron consensuadas, resulta clave que las propuestas sean concretas y coherentes con las potencialidades del espacio y con la capacidad funcional de sus agentes. Si se define una estructura de gestión que finalmente sea operativa será más sencillo, pero si no se disponen las partidas presupuestarias correspondientes, no será posible la puesta en marcha de ningún proyecto.

6. Conclusiones

El estudio de estos tres proyectos muestra que la planificación turística en el territorio resulta compleja, por la necesidad de contemplar todas las variables que intervienen en el sistema turístico, que es abierto y dinámico, pero también por la dificultad de generar una estructura estable para el desarrollo de las propuestas planteadas. Resulta obvio que la participación es pieza fundamental para hacer posible la ejecución de las propuestas, pero también lo es para generar un compromiso de futuro que haga posible la adaptación de las

estrategias a las circunstancias cambiantes del entorno. En ellos también se observa que los encargados de la planificación tienen ideología y que esta marca la prioridad en las políticas que finalmente se decide aplicar. La disposición de los instrumentos económicos y de una estructura organizativa operativa es pieza clave, para que las propuestas puedan llegar a desarrollarse.

Del análisis de estos documentos se obtiene la lectura de interés, pues puede observarse una evolución de estas comarcas interiores del Vinalopó y de la Foia de Castalla en la percepción del desarrollo turístico y un avance notable en el compromiso que las administraciones locales están dispuestas a asumir. No en vano, en el último plan se llegan a afrontar las restricciones presupuestarias y las dificultades de índole práctica para crear una estructura de gestión suficiente que hará posible la puesta en marcha de las precisiones del plan, evitando con ello que circunstancias imprevistas el entorno puedan obstaculizar su desarrollo. Lo cual sin duda muestra un grado de madurez y compromiso con la actividad turística impensable hace apenas dos décadas.

Referencias bibliográficas

- Agència Valenciana de Turisme, (2007). Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana. Directrices particulares Espacios E-18. Recuperado de http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/planificacion/plan_espacios/plan_espacios.html
- González-Reverté, F., Anton Clavé, S. (2016). La planificación territorial de áreas turísticas. Conceptos, tipos y enfoques. En Simancas, M (coord.), *La planificación y gestión territorial del turismo* (pp. 25-50). Madrid: Síntesis.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning*. Nueva York: Taylor & Francis.
- Ivars Baidal, J. (2016). Políticas, programas y planes de ordenación territorial del turismo. En Simancas, M (coord.), *La planificación y gestión territorial del turismo* (pp. 85-113). Madrid: Síntesis.
- Navalón-García, R.; Rico Cánovas, E. (2012): Renovación de destinos litorales maduros a partir del patrimonio cultural: Plan Costa Blanca Cultura, en Vera, J. F y Rodríguez, I. (eds.), *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras*. (pp. 323-345). Valencia: Universitat de València.
- Navalón-García, R.; Rico Cánovas, E. (2008-2013): *Plan de valorización turística Costa Blanca cultura*. Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca. Inédito.
- Navalón-García, R (2018): *Análisis y propuestas para el impulso del turismo industrial en las comarcas Vinalopó y la Foia Castalla*. Documento inédito.
- Velasco, M. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de turismo*. 27. 953-969
- Vera Rebollo, J. F., F. López Palomeque, M. J. Marchena y S. Anton Clavé (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.