

LAS ACCIONES EN PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO DEL PLAN ESTRATÉGICO GLOBAL DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2010-2020.

Sandra Navarro Ruiz

snr11@alu.ua.es

Universitat d'Alacant

Graduada en turismo por la Universitat de València y especializada en planificación territorial por la Universitat Rovira i Virgili con mención académica. Actualmente, doctorando en la línea de planificación territorial de turismo en la Universitat d'Alacant.

resumen

El turismo ha generado una serie de transformaciones en los territorios convirtiéndolos en el soporte, la red de comunicación, el recurso y/o el destino. Debido a estas transformaciones serán necesarias una serie de acciones para proteger, conservar y mantener el espacio turístico, las cuales deberán ser abordadas por parte de los organismos públicos.

Este estudio plantea establecer si el instrumento de acción actual de la Comunitat Valenciana, el "*Plan Estratégico Global de Turismo 2010-2020*", integra propuestas de planificación territorial del turismo en el ámbito regional. Como base de análisis se utilizan los 14 indicadores propositivos que Exceltur extrajo en 2007 de Planes de Ordenación Territorial de distintas autonomías insulares y del litoral mediterráneo.

Palabras clave: *planificación territorial del turismo, Comunitat Valenciana, plan estratégico global, indicadores territoriales, plan operativo*

abstract

Tourism has produced some transformation to the territories making them into the base, the road infrastructure, the resource and/or the destination. Due to these transformations, some actions are needed to protect, preserve and keep the tourist territory. These actions have to be dealt with by the public organizations.

This research aims to establish if the actual tourism plan in the Comunitat Valenciana, "*The Global Strategic Plan for Tourism 2010-2020*", includes some proposals about regional land use tourism planning. As the base of the analysis, the 14 proactive indicators which Exceltur extracted from some Spanish Regional Land Use Plans have been used.

Key words: *land use tourism planning, Comunitat Valenciana, global strategic plan, territorial indicators, operational plan*

1. introducción

Una de las grandes problemáticas de la investigación en turismo es poder integrar todas las vertientes que esta actividad compleja posee. Desde la implantación del turismo en los años 50-60 hasta la actualidad, el turismo se ha observado en España desde una perspectiva básicamente económica, por su capacidad de generar ingresos tangibles e intangibles. Sin embargo, desde hace más de un par de décadas otras vertientes han comenzado a ser objeto de estudio.

Según Ávila y Barrado (2005:30), tradicionalmente la posibilidad de desarrollo turístico era vista como algo que "tocaba o que caía en suerte" en lugares con naturaleza propia (playa, clima, montaña, etc.) o por la historia (grandes monumentos, museos, etc.). Por tanto la razón del desplazamiento era "ver algo". No obstante, en la actualidad se sabe que dicha actividad es más compleja y participativa y por ello, la razón de desplazamiento es "para hacer algo".

Esta "lotería" turística se tradujo en una desafortunada planificación de los espacios turísticos masiva y desordenada donde la mayoría de veces se aprovechaban los recursos disponibles para crecer rápidamente (Yepes, 2002:3). De este modo, los ritmos de producción de la oferta, en consonancia con los impulsos de la demanda y la existencia misma de privilegios ambientales, marcaron los mecanismos de producción de áreas turísticas (Vera y Monforte, 1994:17)

Por tanto, en la actualidad y ante estos espacios desordenados, se necesitan políticas y estrategias que superen el ámbito sectorial y permitan el sostenimiento de la actividad (Yepes, 2002:3), entendiendo el turismo como fenómeno social, como actividad económica y como componente de la estructura territorial de numerosos lugares y regiones (López, 2007:3).

Para poner en práctica dichas políticas y estrategias es vital recurrir a la ordenación territorial puesto que va más allá de la mera delimitación de zonas y representa en la actualidad una opción indispensable de consenso social y económico, un instrumento para la armonización territorial y la legibilidad espacial, así como para la previsión de posibles conflictos derivados de los cambios que afectan al territorio (Antón y González, 2005).

En los últimos años, según López (2007:8) han aparecido nuevos instrumentos en la práctica de la ordenación del territorio y, más concretamente, en el ámbito de la planificación turística debido a la necesidad de optimizar los recursos disponibles en el territorio, poner en explotación recursos potenciales y optimizar el funcionamiento de actividades/procesos de producción/consumo.

Por ello, se puede afirmar que si el turismo se planifica, desarrolla y gestiona cuidadosamente puede reportar

beneficios considerables a las comunidades locales (OMT, 1999: 30). Y, en sentido contrario, si el turismo no está precedido de una buena planificación y no está bien desarrollado y gestionado, puede crear problemas en el espacio donde se da la actividad (OMT, 1999: 32).

2. necesidad de planificar el territorio turístico

La justificación de ordenar el espacio turístico (Boullón, 2006) viene dada por la propia incapacidad de los mecanismos de mercado para corregir los desequilibrios territoriales, la necesidad de integrar criterios de conservación, conciliar usos y sectores que compiten entre sí, armonizar el interés colectivo y el privado y responder desde la escala local a cuestiones globales (Antón y González, 2005)

Asimismo, hasta ahora la tradicional planificación turística ha atendido de manera casi exclusiva a estimular el interés de los mercados (Ávila y Barrado, 2005:31). A pesar de ello, cada día es más aceptado que los problemas del desarrollo, incluyendo el turismo, debieran tratarse como parte de un proceso de planificación coherente e inclusiva, para lo cual es imprescindible integrar el turismo en la más amplia planificación local o regional del destino (Dredge, 1999).

En efecto, la complejidad del producto turístico y la dificultad de percibir sus límites y separarlo del resto de los elementos que inciden en la experiencia turística, supone que se acabe asociando el producto al destino o lugar en el que se consume (López, 1999). El resultado es que de forma más o menos consciente, tal y como afirma Barrado (2001:3), la mayor parte de los turistas acaban consumiendo no un producto al uso, sino algo más complejo, un ámbito territorial. Es decir, un destino, entendido como una realidad sectorial y territorial.

Esta identificación entre producto consumido y lugar en donde se consume, así como los elementos no comerciales y sin precio en el mercado del producto turístico (calidad del aire, del paisaje urbano y del natural, tranquilidad, movilidad, dotación de infraestructuras, etc.); refuerzan el argumento de la intervención de la administración en el ámbito particular de la ordenación territorial del turismo (Barrado, 2001).

Dicha ordenación debe ser entendida como un proceso político-técnico tendente a traducir a imagen espacial los objetivos y necesidades del desarrollo turístico, y a integrarlos con el resto de sectores y con el modelo territorial general (Barrado, 2001:4).

Pero, al mismo tiempo, sirve también para seleccionar alternativas de desarrollo turístico, con lo que se da una clara combinación de la aproximación horizontal, típica de la ordenación del territorio, y de la vertical, común a la planificación sectorial (Barrado, 2001). Así, ordenar el espacio turístico implicaría, por un lado, seleccionar una alternativa socioeconómica de entre todas las posibles, y

por otro, promover un modelo territorial acorde con la opción elegida (Vera, et al., 1997).

Sin duda, abordar el tema de la planificación territorial del turismo obliga a considerar el tratamiento normativo de esta cuestión, ya que la planificación se entiende como “una función de intervención administrativa a través de la cual las administraciones públicas regulan una determinada área de actividad con un cierto carácter de globalidad y marcan las políticas públicas a desarrollar dentro de dichas áreas, a la vez que determina el marco jurídico de su desarrollo” (Razquin, 2002: 111). Mientras que la planificación turística siempre ha tendido hacia un tratamiento orientativo o recomendatorio.

Por tanto, la planificación territorial del turismo debe interrelacionar ambos tratamientos (normativo y flexible) ya que dicha planificación atiende a aspectos, conceptos y técnicas novedosas como la sostenibilidad, renovación, calidad, equilibrio, desarrollo local y regional, imagen integral de marca, tematización, etc.; y además tiene que atender a que cualquier transformación en el territorio durante el proceso de producción se acabará incorporando al producto e incidirá positiva o negativamente en su calidad. Por tanto, la relación sectorial-territorial no es unidireccional sino de ida y vuelta (Barrado, 2001:4; Ávila y Barrado, 2005:32).

2.1 objetivo pendiente: interrelación entre Planificación Territorial y Turística

Después de lo explicado anteriormente, cabría preguntarnos en qué punto se encuentra la relación sectorial-territorial.

Conceptualmente, ordenar el territorio implica un conjunto de actuaciones, fundamentalmente de relocalización, encaminadas a corregir dos tipos de desordenes territoriales: uno, de carácter socioeconómico que afecta a las partes desequilibradas, y otro físico o ecológico que incide en los elementos del territorio incompatibles entre sí (Bielza de Ory, 2008).

De este modo, se incorpora la planificación territorial como instrumento de gestión con el fin, entre otros, de optimizar los usos y funciones del espacio, aprovechar los recursos de manera responsable y evitar los efectos no deseados del mercado, frente a los procesos espontáneos y los efectos inducidos por lógica de las oportunidades en un escenario sin regulación (Gómez et al., 2004:2).

De igual modo, en el marco específico de la planificación turística es importante diferenciar entre la planificación territorial del turismo y la planificación turística. En el primer caso, Donaire et al. (2005) definen los planes territoriales turísticos como “(...) instrumento de ordenación del territorio que clasifica, ordena y regula la actividad turística en unas determinadas áreas”. Mientras que la planificación turística (de carácter sectorial) suele

partir de la consideración del territorio como soporte de la actividad y va referida a un espacio geográfico concreto, como contexto de la actividad turística, por lo que limita generalmente sus referencias territoriales a la localización de los recursos, la oferta, las infraestructuras que permiten la conectividad y el trazado de rutas que estructuran y definen potencialidades para la valorización turística o configuran productos turísticos susceptibles de comercialización (Vera et al., 2011).

En España, a partir de la Constitución de 1978 tanto las competencias en ordenación del territorio como las turísticas quedan en manos de las Comunidades Autónomas (CCAA) y fundamentalmente en las administraciones locales con un alto nivel competencial en materias como ordenación, gestión, ejecución y disciplina urbanística, patrimonio histórico-artístico, protección del medio ambiente, prestación de servicios básicos o turismo (Barrado, 2001:1; Ivars, 2003).

La práctica inexistente en el siglo XX de una regulación y política real de ordenación del territorio a escala regional y comarcal, supuso la yuxtaposición de diferentes, y en algunos casos contradictorias, planificaciones locales. Este problema, se traslada a la política turística, reducida hasta a la combinación de piezas municipales desconectadas (Vera, 1996), especialmente en algunas zonas litorales. Como apuntó el Govern Balear (1993), el resultado fue un tratamiento de los municipios como piezas aisladas, dándose el caso de la coexistencia en ámbitos muy reducidos de modelos turístico-territoriales diferentes e incompatibles. Y no sólo se dio una política territorial del turismo incoherente, sino que ésta fue durante mucho tiempo la única planificación efectiva, entendida simplemente como un procedimiento para producir suelo turístico-residencial o para legalizar las ocupaciones ya realizadas (Barrado, 2001:6).

Otra problemática añadida es que ambas Consellerías (CCAA) o Concejalías (local) de territorio y turismo se encontraban y encuentran separadas, lo que puede generar conflictos entre ellas al abordar temas de ambas temáticas. Como convenientemente observó Ivars (2003), aunque la aplicación de un enfoque integrado a la planificación del espacio turístico parece un planteamiento lógico, a su vez resulta frecuentemente “inadaptado a la actual distribución de competencias y a la práctica administrativa real, celosamente compartimentada en las diferentes áreas competenciales”. Lo que denota una tensión evidente que gira en torno a supuestos conflictos de intereses entre las Administraciones autonómicas y las municipales (Sola, 2007).

Este grado de descoordinación pone de manifiesto, según Razquin (2002: 112), que la planificación turística es desconocida para la planificación territorial e incluso no se le dota de los efectos jurídicos que ésta tiene reconocidos.

De este modo, en España “han ido apareciendo en la normativa turística instrumentos de planificación, a menudo, desde una perspectiva excesivamente sectorial que los ha hecho desconocidos o marginados por la legislación de ordenación del territorio, dado que además la planificación en el ámbito turístico ha tenido objetivos más allá de los puramente territoriales” (Razquin, 2002: 112).

De hecho, la planificación territorial del turismo cuenta con escasas experiencias en España y son menos aun las que se han formulado mediante los correspondientes instrumentos normativos (Donaire et al., 2005), siendo la planificación turística de carácter sectorial la que ha ganado relevancia.

Según Razquin (2002); Ivars (2003) y Sola (2007) los modelos de planificación territorial del turismo existentes en las CCAA españolas son:

- Modelo de planificación territorial del turismo en donde se utilizan instrumentos comunes para un objetivo común: el aprovechamiento turístico del territorio en el marco de un desarrollo sostenible.
- Modelo de planificación turística (sectorial) incluida en la ordenación del territorio.
- Modelo de planificación turística (sectorial) coordinada con la territorial.
- Modelo de planificación turística (sectorial) independiente de la planificación territorial, de carácter estratégico y/o económico.
- Regulaciones autonómicas en las que no se contemplan instrumentos de planificación turística.

En resumen, la planificación territorial del turismo queda en un segundo plano debido a los conflictos competenciales y al hecho evidente de que las administraciones autonómicas se vieron desbordadas por el inesperado éxito heredado del turismo (Sola, 2007). De hecho, la planificación turística autonómica se ha basado en la promoción y marketing de destinos (Vera e Ivars, 2002) y quien realmente ha “ordenado” el espacio turístico han sido las administraciones locales, que bajo un modelo continuista, han primado por sus intereses individuales y le han dado gran protagonismo al urbanismo como técnica de planificación territorial del turismo (Sola, 2007). Sin embargo, se ha olvidado un proceso más general y amplio de planificación y construcción de destinos integrados en el ámbito regional o subregional (Barrado, 2001:6).

3. evolución hacia la Planificación Territorial Estratégica

Inspirada en las técnicas que las empresas privadas habían comenzado a utilizar en la década de los setenta, la planificación estratégica se empezó a aplicar, con un enfoque territorial, en la ciudad de San Francisco en 1982. A partir de entonces, el método se extendería a

otras ciudades pioneras. Centrada inicialmente en la escala local pronto se trasladaría a otros ámbitos espaciales (Farinós et al., 2005:119). De este modo, la planificación estratégica surgió con la voluntad de llenar un hueco que no resolvían otras modalidades de planificación con incidencia territorial (Pujadas y Font, 1998).

Dichos autores en el mismo estudio definen la planificación estratégica como “el esfuerzo orientado a generar aquellas decisiones y acciones consideradas fundamentales para hacer realidad la *visión* de futuro deseada por los principales agentes económicos y sociales de la ciudad, mediante una relación de objetivos y de medidas para alcanzarlos, con prioridades bien establecidas”. Como definición más clara y concisa, Forn y Pascual (1995) y Gómez et al. (2004:3) explican que la planificación estratégica consiste en un proceso orientado a la acción, que concibe un futuro deseable y consigue el consenso social, estableciendo los medios reales para llegar al mismo.

Con respecto a la planificación estratégica aplicada a territorios, se diría que es bastante reciente. Apareció con mucha posterioridad al planeamiento urbano y también a las medidas de política regional. Por ello, y a diferencia de la planificación territorial, un plan estratégico no tiene carácter normativo pero, en cambio, es más comprensivo y se orienta a acciones socioeconómicas integrales (Pujadas y Font, 1998).

De hecho, según Farinós et al. (2005:120) se entiende que la Planificación Territorial Estratégica (PTE) “contribuye a abordar los problemas antes de que se presenten, promoviendo políticas proactivas. Se entiende más como proceso, con continuidad en el tiempo, que involucra a los ciudadanos y a los agentes económicos en la toma de decisiones locales. Asimismo, tiene en cuenta la complejidad social y territorial y procura diseñar estrategias suficientemente flexibles que puedan adaptarse a una realidad que cambia más rápidamente de lo que lo hacen las normas y las administraciones.”

No obstante, la estructura flexible de la PTE comporta una serie de problemas tales como: capacidad de liderazgo difusa, falta de legitimidad democrática, peligro de excesiva flexibilidad en los mecanismos de control, y sobre todo, al tener un carácter no vinculante hace que en la mayoría de las ocasiones se quede en una simple declaración de intenciones de escasa funcionalidad real (Barrado, 2001:8; Farinós et al., 2005:120).

La aparición de planes estratégicos en España ha sido una constante desde finales de la década de los 80 hasta hoy en día, identificando tres etapas: de inicio (1988-1992), intermedia (1992-1999) y reciente (a partir de 2000) (Ebrópolis, 2001). En cuanto a la base territorial, la mayoría de ellos se centran en un único municipio. Con menor peso aparecen los planes metropolitanos mientras que los plurimunicipales (comarcales o de otro tipo) van cobrando mayor

importancia. La PTE en España debe superar los límites administrativos y experimentar con nuevas fórmulas de cooperación para de este modo lograr grandes objetivos territoriales y sociables inalcanzables de forma individual. (Farinós et al., 2005:123)

Con todo, el informe de Ebrópolis (2014) constata que en los últimos años se ha producido un declive de planes estratégicos en España ya que discurrían en paralelo a las planificaciones sectoriales y territoriales.

Aun así, este mismo informe cita que “los territorios que mantienen los procesos de planificación estratégica son los que han ido evolucionando y conciben estos procesos como un enfoque de la política pública en la que se potencia la reflexión común. Esta nueva orientación conlleva otra manera de trabajar basada en la gestión por proyectos de la estrategia, que se convierte en paraguas de los distintos proyectos, con una visión integradora”.

3.1 la Planificación (Territorial) Estratégica de Turismo

La planificación estratégica de turismo viene de la planificación estratégica sectorial que como definen Pujadas y Font (1998) se centra en un tema en concreto en la que la metodología se aplica a un único sector o temática. Constituye, en cierta manera, una segunda generación de planes estratégicos que acostumbran a aparecer después de la elaboración de un primer plan estratégico de carácter más globalizador.

En general, los planes de turismo se materializan en planes estratégicos ya que integran todos los aspectos del desarrollo turístico. El contenido siempre parte de un objetivo, que va desde lo general a lo específico, con diferentes niveles de disgregación (líneas estratégicas). Se trata de un objetivo, a largo plazo, que debe estar consensuado por todos los agentes implicados en su funcionamiento. Posteriormente se formalizan los instrumentos necesarios para llevar adelante el plan, implementándose los mecanismos de control que aseguran su éxito (López, 2007:18).

Por tanto, un plan estratégico de turismo es un ejercicio de participación y consenso de todos los agentes económicos y sociales con capacidad de decisión e inversión en la mejora del ciclo de vida del producto y la competitividad del territorio turístico (Vera et al., 1997).

Por otra parte, debido a la rigidez de la planificación territorial, cada vez más se está acudiendo de forma generalizada a la planificación estratégica como instrumento que permite afrontar la complejidad de las dinámicas económicas, sociales y territoriales del turismo, estableciendo el marco general para el desarrollo de la actividad (Antón y Vera, 1998). Además se entiende que la planificación turística no responde a un método único de común diseño e invariable aplicación para cualquier territorio puesto que es un proceso

continuo y flexible que debe permitir la adaptación a las circunstancias cambiantes de los destinos (Inskoop, 1994). Es decir, la planificación estratégica de turismo se ha consolidado como modalidad de planificación territorial del turismo (Pujadas y Font, 1999).

Sin embargo, tal y como explica Barrado (2001:9), es necesario mantener el carácter vinculante para establecer controles y programas necesarios para todos los aspectos territoriales, mientras que las decisiones de ámbito sectorial puedan tener un tratamiento estratégico de carácter flexible y consensuado. Se trata de aprovechar las ventajas de la planificación normativa y de la estratégica.

Por otra parte, este mismo autor explica que la solución del conflicto no está en dotar de competencias territoriales a la administración turística o viceversa, sino en concebir modelos de planificación coherentes y conectados en los aspectos turísticos de la ordenación territorial.

En resumen, desde el punto de vista operativo, este modelo se concreta en la creación de una tipología de planes verticales de turismo que sean incluidos en la legislación territorial. Esto permitiría que sean redactados de un modo flexible por la administración turística; pero que al mismo tiempo sean vinculados por determinados documentos territoriales (regionales) y se vinculen a otros (municipales) (Barrado, 2001:10).

4. los Planes Estratégicos de Turismo de la Comunidad Valenciana.

Tras el traspaso de competencias en materia de turismo a las CCAA, en la Comunidad Valenciana se creó el Instituto Turístico Valenciano, conocido como el ITVA. Esta estructura administrativa permitió acometer el primer proceso de planificación turística de la región valenciana en la etapa autonómica (Ivars, 2003).

Durante los años 90 del pasado siglo, el ITVA diagnosticó, analizó y planificó estratégicamente el turismo valenciano elaborando el “Libro Blanco de Turismo de la Comunidad Valenciana”, donde definió el “Plan Estratégico de Turismo de la Comunidad Valenciana”, conocido como ETVA 2001, cuyo propósito era enmarcar las líneas de actuación a desarrollar para conseguir los objetivos previstos para la política turística valenciana en la década 1991-2001 (Yepes, 1995).

El desarrollo del plan estaba previsto mediante una serie de planes operativos que se concebían como líneas de orientación de la política turística valenciana y, que en su conjunto, pretendían un desarrollo equilibrado del sector, afrontando los cambios en la demanda y los escenarios más competitivos que en ese momento se detectaban (Vera et al., 1995).

Asimismo, tal y como afirman los mismos autores la ausencia de una estrategia territorial y ambiental puso de manifiesto la urgencia para realizar una verdadera ordenación del turismo en el territorio.

Pese a ello, el cambio de gobierno de 1995 comportó la asignación de las competencias en materia turística a la Presidencia de la Generalitat Valenciana (Decreto 16/1995) y la aprobación de la Ley 3/1998 de Turismo de la Comunidad Valenciana en la cual no aparecía la ETVA 2001, quien finalmente quedó relegada.

Por tanto el Plan Estratégico de Turismo de la Comunidad Valenciana 1991-2001 sirvió para concretar unas directrices, elaborar algunos planes y poner en práctica alguna actuación pero no en su totalidad.

4.1 Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana 2010-2020

Desde la elaboración del ETVA 2001 hasta la redacción del Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana 2010-2020 (en adelante PEGTCV) no ha existido un plan regional valenciano estratégico de turismo.

Tal y como se explica en el documento del PETGCV elaborado por la Generalitat Valenciana e Invat.tur, dicha estrategia nace de la integración de las iniciativas del Plan de Competitividad del Sector Turístico (2009-2011), Plan de Espacios Turísticos y del Plan de Imagen y Posicionamiento (Plan de marketing). La elaboración del plan contó con la participación de todos los subsectores del turismo (hoteles, campings, casas rurales, asociaciones, patronales, entidades locales, etc.); representantes de las cuatro marcas turísticas de la Comunidad Valenciana (Valencia Terra i Mar, Castellón Costa Azahar, Benidorm y Costa Blanca); y representantes de productos turísticos concretos (turismo de interior y turismo urbano).

Por otra parte, la creación del Plan Estratégico vino dada por el cambio de ciclo económico y por consecuente por la aceleración de las dinámicas transformadoras del mercado turístico. Debido a ello, el *objetivo* de este Plan es "asegurar el papel motor del turismo en la cualificación del modelo productivo valenciano".

La visión estratégica del PETGCV se basa en:

- Ser el territorio con la mayor calidad de vida del Arco Mediterráneo Europeo
- Alcanzar una conectividad exterior e interior equiparable a las regiones europeas más desarrolladas
- Asegurar la competitividad de las empresas turísticas e incrementar el valor añadido de la actividad turística mediante la orientación al cliente,

la gestión de la calidad integral y la diversificación de productos y mercados.

- Garantizar el desarrollo sostenible de la actividad turística, equilibrado en las dimensiones ambiental, económica y sociocultural
- Consolidar un fuerte posicionamiento nacional e internacional como región con una identidad propia, con una completa y variada oferta de ocio, y como un destino de experiencias con un atractivo permanente
- Hacer de la Comunidad Valenciana un referente en conocimiento turístico e innovación mediante una oferta de formación e investigación de excelencia
- Garantizar las sinergias del turismo con los otros sectores económicos para contribuir a la cualificación del modelo productivo valenciano

De este modo, el PEGTCV establece una serie de ejes estratégicos y programas de actuación para la consecución del objetivo y la visión:

- Eje 1. Gestión Turística como política global
- Eje 2. Cooperación público-privada
- Eje 3. Competitividad empresarial
- Eje 4. Capital Humano
- Eje 5. Sostenibilidad
- Eje 6. I+D+i
- Eje 7. Distribución
- Eje 8. Promoción y comunicación

Para su consecución, se han elaborado una serie de planes operativos anuales que mediante su puesta en marcha se podrá alcanzar el objetivo y la visión del PEGTCV y dotará mayor flexibilidad a la planificación turística en un entorno complejo e incierto mediante los correspondientes ajustes anuales. Actualmente existen tres planes operativos (2011, 2012, 2014-2015), los cuales han sido objeto de esta investigación para corroborar cuan territorial es el PEGTCV 2010-2020.

5. metodología

La metodología utilizada para este estudio se ha basado en la técnica de análisis, comparación y evaluación de documentos.

Se utiliza dicha técnica partiendo de la base de la necesidad de obtener unas pautas sobre buenas prácticas en la ordenación territorial del turismo, dadas por el documento elaborado por Exceltur en 2007 sobre las “Estrategias Turísticas integradas en los Planes de Ordenación del Territorio, en zonas del litoral Mediterráneo, Balear y Canario”. En él se establecen una serie de directrices de planificación territorial del turismo que en esta investigación se consideran como los indicadores básicos que deben establecerse en los planes a analizar.

Tabla 1. Los indicadores propositivos de Exceltur

Indicador Propositivo	Descripción
IP.1 Estrategia Turística	Modelo territorial turístico a perseguir
IP2. Zonificación	Papel otorgado a cada zona para la configuración e integración de la oferta turística deseada
IP3. Limitar el crecimiento	Equilibrio entre niveles de edificación y espacios libres y naturales
IP4. Reconversión de la oferta	Iniciativas de profunda renovación o reconversión integral de la oferta
IP5. Priorización de la actividad turística tradicional	Dinamización de las actividades turísticas más tradicionales
IP6. Compatibilización con otras actividades	Establecer el marco espacial y de usos del suelo, evitando solapamientos
IP7. Accesibilidad	Dotar de infraestructuras y equipamientos que favorezcan la accesibilidad
IP8. Movilidad	Convertir el propio trayecto en una experiencia
IP9. Señalética	Sistemas de señalización turística a lo largo del espacio turístico
IP10. Cualificación de la oferta alojativa	Introducir especificidades sobre densidades edificatorias, tamaños mínimos de parcela y otras especificaciones urbanísticas
IP11. Integración mediante espacios públicos	Permitir esparcimiento y relaciones humanas dentro del entorno
IP12. Protección y valorización del patrimonio	Instrumentos para preservar los signos de identidad
IP13. Gestión de actividades y/o	Disponibilidad de recursos y equipamientos para realizar

equipamientos	multiplicidad de actividades
IP14. Análisis del Paisaje	Mantener un paisaje de calidad

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Exceltur (2007)

6. análisis del PEGTCV 2010-2020

6.1 Plan Operativo 2011

Este Plan Operativo se plantea conseguir la fidelización de la demanda, la diversificación de mercados y segmentos, la contención de la tendencia a reducir la estancia media, la reducción de la estacionalidad, el aumento del gasto medio y el incremento del Revpar.

Tras el análisis observamos que de un total de 84 actuaciones del Plan Operativo 2011, sólo 19 tienen incidencia en la planificación territorial del turismo, lo que corresponde a un 23% del total. Con respecto a las prácticas en planificación territorial del turismo se observa como más de un tercio de ellas se dirigen a gestionar actividades y/o equipamientos para realizar multiplicidad de actividades en un mismo espacio, mientras que para 6 indicadores no existen actuaciones (zonificación, compatibilización, movilidad, cualificación de la oferta, integración mediante espacios públicos y análisis del paisaje).

En primer lugar como *Estrategia Turística* regional, se sostiene la necesidad de elaboración de una Agenda de Sostenibilidad del Turismo que garantice el máximo retorno del turismo a la sociedad con el mínimo impacto posible, como estrategia para municipios de interior, el plan incide en la elaboración del Plan Director de Turismo Interior que establecerá las directrices para el desarrollo turístico sostenible y competitivo de dichas comarcas, y por último, la estrategia para los destinos será la dotación de instrumentos de planificación estratégica que guíe sus actuaciones turísticas.

Para *limitar el crecimiento*, se creará un Observatorio de Sostenibilidad Turística que permitirá evaluar los avances hacia las dimensiones sostenibles, así como informes temáticos de especial relevancia para la sostenibilidad del tejido empresarial turístico.

Con respecto a la *reconversión*, se regulará y adaptarán unas pautas y reglas que las empresas que presten servicios o realicen actividades turísticas deberán seguir.

Para *priorizar la oferta tradicional*, por una parte se cualificarán los espacios turísticos contribuyendo a su dinamización turística mediante mejora de frentes marítimos, actuaciones de renovación urbana, intervenciones en centros históricos, etc. y por otra parte, se cooperará para la colaboración municipal entorno a la optimización de recursos turísticos, mejora infraestructuras de acceso, lanzamiento de productos,

etc. Asimismo, se elaborarán planes de control de la oferta alegal.

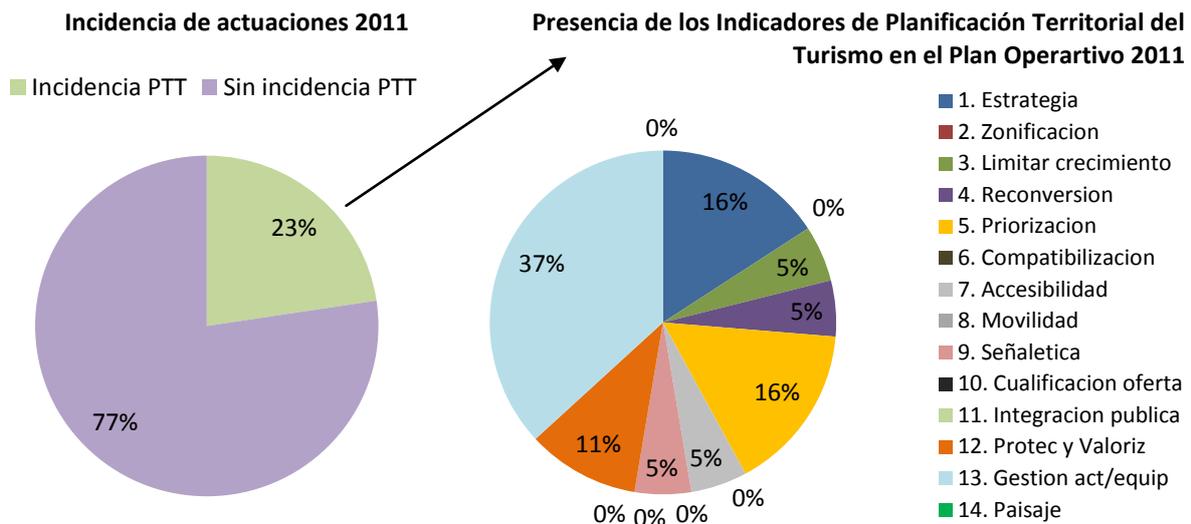
En lo que concierne a las actuaciones de *accesibilidad* se mejorará la conectividad terrestre con el centro peninsular, las conexiones interior-costa (Plan Intermodal de Transporte) y de los aeropuertos con los principales destinos.

Con respecto a la *señalética turística* se mantendrá y conservará la existente y se instalarán nuevas.

Para *proteger los recursos patrimoniales* se desarrollarán instrumentos de planificación territorial y medioambiental que sienten las bases para el desarrollo turístico sostenible y además en los destinos de interior se mejorarán, adecuarán y difundirán los recursos existentes para consolidar productos turísticos.

Finalmente, la gestión de *actividades y/o equipamientos de ocio* constará de las siguientes actuaciones: creación y mantenimiento de instalaciones lúdico-deportivas e higiénico-sanitarias en playas, diversificación de la oferta de interior potenciando el turismo activo, de aventura, de reuniones y congresos o de salud, diversificación de productos turísticos en toda la Comunidad, impulso de los clubes de producto golf, náutico, salud y bienestar, creación de ayudas a asociaciones turísticas que impulsen la creación de nuevos productos en espacios potenciales insuficientemente aprovechados, incorporación de los Espacios Naturales Protegidos al tráfico turístico y por último, la creación de productos "experiencia Comunitat Valenciana" que aúnen alojamiento, gastronomía y actividades singulares.

Gráfico 1. Actuaciones en planificación territorial del turismo (PTT) del Plan Operativo 2011



Fuente: Elaboración propia

6.2 Plan Operativo 2012

Para el Plan operativo 2012 se identificaron como cuatro ejes prioritarios la promoción y comunicación de destinos para reforzar el posicionamiento turístico de la Comunitat Valenciana, el apoyo a la comercialización mediante el desarrollo de la plataforma Travel Open Apps, la innovación mediante la potenciación del Invat.tur y finalmente, la formación orientada al empleo y la excelencia en los servicios turísticos.

Posteriormente al análisis del Plan Operativo 2012 con los indicadores de Exceltur se concluyó que de las 72 actuaciones totales del plan, sólo 15 de ellas integraban prácticas de ordenación territorial turística, lo que supone un 21% del total de actuaciones.

Con respecto al primer indicador, la *Estrategia Turística*, continuará con dos de las tres actuaciones del Plan de 2011; la redacción de la Agenda de Sostenibilidad de Turismo de la Comunitat Valenciana para toda la región y la elaboración del Plan Director de Turismo de Interior para las comarcas de interior. Asimismo, otra acción para destinos de interior será la consolidación de éstos mediante la creación de productos atractivos, contribuyendo al desarrollo sostenible.

Para *limitar el crecimiento* se continuará la acción del año anterior: la creación del Observatorio de Sostenibilidad Turística.

En lo que concierne a la *reconversión de la oferta*, el Plan de 2012 se centra en regular los establecimientos hoteleros mediante la elaboración de un proyecto de Decreto que sustituirá el vigente de 1993.

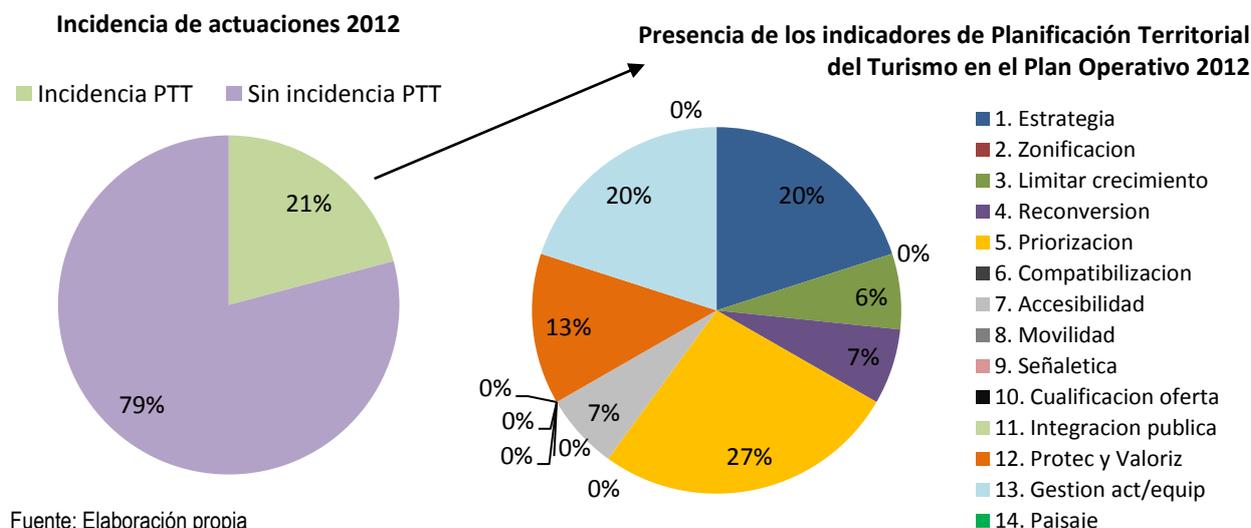
Las acciones para *priorizar la oferta tradicional* se basan, igual que en 2011, en cualificar los destinos turísticos mediante actuaciones de renovación urbana, conservación patrimonio, etc., así como, la colaboración municipal para optimizar recursos, mejorar la accesibilidad, desarrollar productos complementarios, etc. Por otra parte, también se concreta la elaboración de planes de inspección para controlar la competitividad y calidad en hoteles, para normalizar empresas turísticas y para comprobar la reclasificación de establecimientos de restauración. Asimismo, una actuación novedosa en 2012 será la dinamización turística de los Parques Naturales y la Infraestructura Verde mediante programas coordinados y proyectos piloto.

Con respecto a la *accesibilidad*, se continuarán las acciones del Plan 2011: la mejora de las conexiones con el centro de la península, las del litoral con el interior y las de los aeropuertos con los destinos turísticos.

Para *proteger los recursos patrimoniales* se desarrollarán instrumentos de planificación territorial y medioambiental, entre los que se destaca la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana, mientras que para la puesta en valor de recursos, se elaborarán planes de competitividad en los municipios o mancomunidades que puedan crear y comercializar productos turísticos bien diferenciados y de alto valor añadido.

Por último, las actuaciones que se integran para *gestionar actividades y/o equipamientos* de ocio se dividen en: diversificación de la oferta en forma de productos específicos (turismo rural, salud, enoturismo, etc.), mantenimiento de los equipamientos lúdico-deportivos e higiénicos de las playas y creación de clubes de producto. Todas ellas continúan las actuaciones del Plan Operativo 2011.

Gráfico 2. Actuaciones en planificación territorial del turismo (PTT) del Plan Operativo 2012



En conclusión el análisis muestra que de los 14 indicadores de planificación territorial del turismo, 8 de ellos se encuentran representados por actuaciones del Plan Operativo 2012, mientras que en los indicadores de zonificación, compatibilización, movilidad, señalética, cualificación de la oferta, integración mediante espacios públicos y análisis del paisaje, no existen actuaciones.

Del 21% que supone la incidencia en planificación territorial del turismo de este Plan observamos como los indicadores de estrategia turística, priorización y gestión de actividades y/o equipamientos integran más de la mitad de actuaciones que interrelacionan territorio-turismo. Y por otra parte, muchas de estas actuaciones dan paso a la continuidad de las acciones del Plan Operativo de 2011.

6.3 Plan Operativo 2014-2015

El Plan Operativo 2014-2015 cambia la esencia de los anteriores planes focalizándose en el desarrollo y la promoción del sector turístico.

Por ello, el instrumento pasa a llamarse Plan Operativo y de Marketing Turístico 2014-2015. Asimismo, la estructura y contenido del mismo documento público se ha sintetizado siendo más visual. De este modo, el análisis ha sido más complicado al tener que extraer las actuaciones de este documento sintetizado.

En este último Plan, existen 35 actuaciones totales, de las cuales únicamente 6 se integran en los indicadores de Exceltur, representando el 17% del total. La mitad de las actuaciones se dirigen a la gestión de actividades y/o equipamientos, mientras que los indicadores que quedan fuera de este plan son: estrategia turística, zonificación, limitar el crecimiento, compatibilización, accesibilidad, movilidad, cualificación de la oferta, integración mediante espacios públicos, protección y valorización del patrimonio y análisis del paisaje.

Para *reconvertir la oferta* se redactaran tres nuevos decretos de alojamiento rural, campings y hoteles. Con respecto a la *priorización de la oferta tradicional* se elaborará un documento de ordenación para viviendas turísticas y empresas gestoras y otro de ordenación para restauración.

Con respecto a la *señalética*, el Plan 2014-2015 cita que se mantendrá o renovará la señalización turística en cualquier destino del ámbito autonómico.

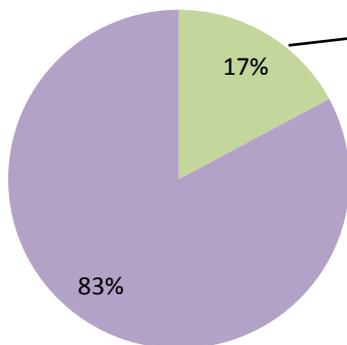
Por último, las actuaciones recogidas para *gestionar actividades y/o equipamientos de ocio* serán la elaboración de un Plan de Mejora de las Infraestructuras de playa, la localización de tres nuevos centros BTT en destinos de interior y la estructuración y generación de nuevos productos (gastronómico, golf, cruceros y MICE).

En conclusión, en este último Plan merman las actuaciones territoriales-turísticas a favor de acciones más sectoriales ligadas al marketing.

Gráfico 3. Actuaciones en planificación territorial del turismo (PTT) del Plan Operativo 2014-2015

Incidencia de actuaciones 2014-2015

■ Incidencia PTT ■ Sin incidencia PTT



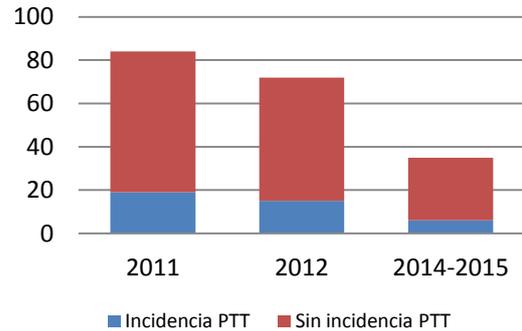
Fuente: Elaboración propia

6.4 resultados globales

En este apartado se pretende sintetizar los resultados globales de cada uno de los planes, así como la comparativa entre estos y entre los indicadores de planificación territorial del turismo.

Tal y como observamos en el Gráfico 4, la evolución de acciones totales como de acciones territoriales-turísticas ha disminuido cada año. Con respecto a las actuaciones totales; el Plan Operativo 2011 concretaba 84, el Plan Operativo 2012 concretaba 72 y el Plan Operativo 2014-2015 concreta 35. De este modo es lógico que las actuaciones territoriales-turísticas también hayan descendido de 19 (2011), 15 (2012) a 6 (2014-2015).

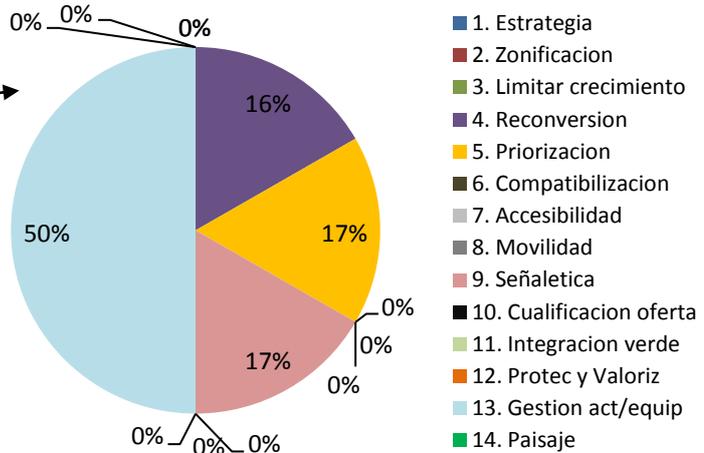
Gráfico 4. Comparación entre actuaciones totales y actuaciones territoriales-turísticas de los Planes Operativos.



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, al observar los datos porcentualmente, se muestra como la incidencia territorial del PEGTCV va en declive con un 23% de actuaciones en 2011, pasando a un 21% en 2012 y llegando a un 17% en 2014-2015.

Presencia de los Indicadores de Planificación Territorial del Turismo en el Plan Operativo 2014-2015



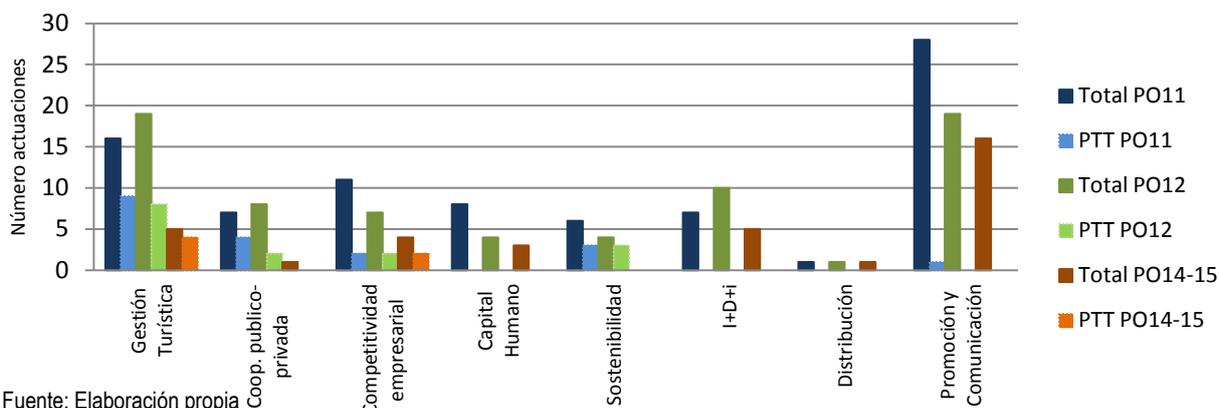
De este modo se puede confirmar que aunque el PEGTCV no es un plan únicamente territorial, el peso de este ámbito es mínimo.

Asimismo, es importante desglosar por ejes estratégicos, el número total de actuaciones que integran y donde se encuentran las actuaciones territoriales-turísticas, de este modo comprobaremos que disciplina turística tiene más peso en el PEGTCV y a qué nivel se encuentra la disciplina territorial de este estudio.

Tal y como observamos en el Gráfico 5 el eje que aglutina mayor número de actuaciones totales es el de promoción y comunicación ligado directamente al

marketing. Mientras que el eje con menor número de actuaciones totales es el de distribución puesto que es una única acción continua en los tres planes, el proyecto Open Apps.

Gráfico 5. Comparativa entre actuaciones totales y territoriales-turísticas (PTT) por Planes Operativos y Ejes estratégicos.



Fuente: Elaboración propia

Con respecto al primer eje, la *Gestión Turística*, se observa que durante el Plan Operativo de 2011 fue el segundo eje con mayor número de actuaciones totales, incidiendo más de la mitad de ellas en la planificación territorial del turismo. Al año siguiente, dicho eje comparte con otro el mayor número de actuaciones totales y su evolución es ascendente ya que incluye tres acciones más que el año anterior. A pesar de ello, las acciones en planificación territorial disminuyen. En el último Plan Operativo estudiado se muestra el descenso de actuaciones totales de 19 a 5, siendo 4 de éstas del ámbito territorial-turístico.

En el análisis del segundo eje, *Cooperación público-privada*, muestra una evolución parecida al primer eje ya que en el Plan Operativo 2011 las acciones en planificación territorial del turismo suponen un poco más de la mitad de las totales, mientras que en el Plan Operativo 2012 las actuaciones totales aumentan y las territoriales-turísticas descienden en picado. En el último plan se observa que la única actuación de este eje no se integra en los indicadores de Exceltur.

En lo concerniente al análisis del tercer eje, *Competitividad Empresarial*, dilucidamos que las actuaciones totales han ido descendiendo desde el Plan Operativo 2011 hasta el Plan de 2014-2015, pero en los tres planes se mantiene la constante de dos actuaciones en planificación territorial del turismo.

Con respecto al cuarto eje, *Capital Humano*, observamos también un descenso de actuaciones totales desde el Plan de 2011 hasta el de 2014-2015, al ser un eje de

formación es lógico no encontrar actuaciones territoriales-turísticas.

En el análisis del quinto eje, *Sostenibilidad*, el estudio muestra también el descenso de actuaciones hasta la inexistencia de ellas en el Plan Operativo 2014-2015. No obstante, en los dos primeros planes se mantiene la constante de 3 actuaciones territoriales-turísticas.

En lo concerniente al sexto eje, *I+D+i*, volvemos a encontrarnos con el aumento de actuaciones en el Plan Operativo de 2012 en referencia al del año anterior. Asimismo, el gráfico muestra que este eje tiene un peso importante en el actual Plan Operativo, aunque en ninguno de los tres planes han existido actuaciones territoriales-turísticas.

Con respecto al séptimo eje, *Distribución*, se ha comentado anteriormente que en él incide únicamente la actuación de desarrollo e implementación del proyecto Open Apps que en ningún caso tiene relación con el ámbito territorial del estudio.

Por último, el análisis del octavo eje, *Promoción y Comunicación*, aúna las cantidades más significativas de actuaciones totales en los tres planes operativos. Aun así, se observa un descenso de ellas cada año. Centrándonos en nuestro estudio sólo existe una actuación ligada a la territorialidad turística el primer año, no es de extrañar que este eje no incida en el ámbito de estudio puesto que son acciones ligadas al marketing.

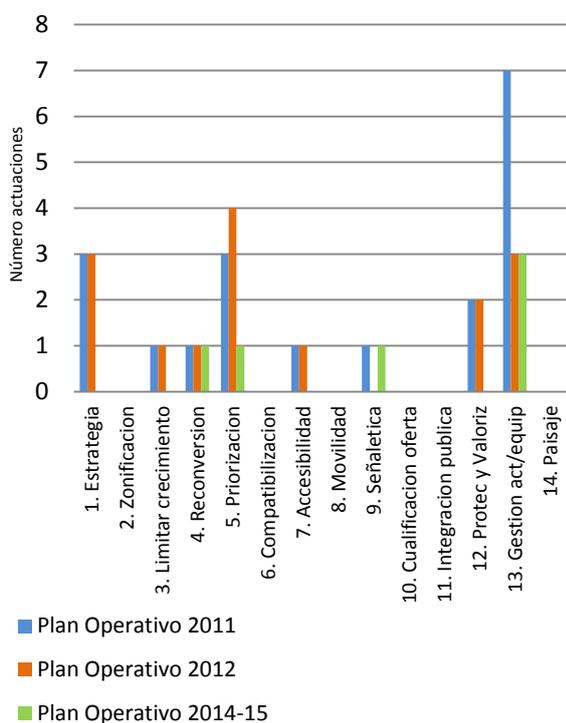
En conclusión el Gráfico 5 demuestra que los tres planes operativos acentúan sus acciones en la promoción y la comunicación y asimismo se observa la disminución anual de acciones.

Con respecto a las acciones de territorialidad turística el eje donde se encuentran un mayor número de actuaciones es el de *Gestión Turística*, entendible ya que son los gestores públicos quienes deben dictaminar dichas acciones. El resto de actuaciones territoriales-

turísticas se dividen entre los ejes de cooperación público-privada, competitividad empresarial y sostenibilidad.

Los últimos datos a analizar en los resultados globales es el número de actuaciones acogidas por cada indicador de planificación territorial del turismo para conocer en qué disciplinas de este ámbito el PEGTCV incurre más.

Gráfico 6. Comparativa de las actuaciones con incidencia en Planificación Territorial del Turismo según los indicadores extraídos de Exceltur y los Planes Operativos.



Fuente: Elaboración propia

Tal y como observamos en el Gráfico 6, los indicadores que se integran en el PEGTCV son 8 mientras que para la zonificación, compatibilización, movilidad, cualificación de la oferta, integración mediante espacios públicos y análisis del paisaje no existen actuaciones en ningún Plan Operativo.

Por otra parte, es remarcable que del total de actuaciones de cada uno de los planes; 84 (2011), 72 (2012) y 35 (2014-2015), la cantidad máxima de acciones territoriales-turísticas por indicador, sea de siete actuaciones en el Plan Operativo de 2011 para gestionar las actividades y/o equipamientos de ocio.

De hecho, dicho indicador acoge el mayor número de actuaciones en global puesto que servirán para

diversificar la oferta turística mediante oferta complementaria y darle mayor calidad. No es de extrañar dicha mayoría ya que sus funciones integran al ámbito territorial y al ámbito promocional.

Con respecto a los otros indicadores, el Gráfico 6 muestra que los indicadores de priorización y estrategia turística también obtienen un número considerado de actuaciones con respecto a la comparativa de incidencia de actuaciones en planificación territorial del turismo. En primer lugar, el indicador de priorización es quien aúna mayor número de actuaciones durante del Plan Operativo de 2012 cuyas funciones se basan en dinamizar la oferta turística actual para priorizar la actividad tradicional, así como la elaboración de normativa para controles de oferta. Y en segundo lugar, para la estrategia turística, se mantuvieron hasta 2012 las tres actuaciones que se podrían englobar en directrices de desarrollo turístico sostenible, focalizándose sobre todo en destinos de interior.

El resto de indicadores acogen una actuación por Plan Operativo, menos para proteger y valorar los recursos que integra dos actuaciones, pero que en la mayoría de casos no se da en los tres planes sino en dos de ellos. Esto muestra la falta de continuidad de acciones en el tiempo tan necesarias para limitar el crecimiento espontáneo ligado al turismo, conseguir mejoras en accesibilidad y mantener, conservar, rehabilitar o dotar señalética en los espacios turísticos.

En resumen observamos que los indicadores acogen un número reducido de acciones territoriales-turísticas, lo que demuestra la voluntad mínima del Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana en integrar de una manera equitativa las diferentes disciplinas del turismo tal y como un plan estratégico sectorial debería realizar.

Asimismo, las actuaciones con más incidencia territorial como la zonificación del espacio, la delimitación del crecimiento, la compatibilización de usos, la accesibilidad, la movilidad y el análisis del paisaje son los indicadores con menos acciones o incluso con ninguna actuación. Por tanto, se puede decir que el PEGTCV 2010-2020, por ahora, no puede considerarse como el Plan Territorial Estratégico de Turismo de la Comunidad Valenciana debido a la nimiedad de actuaciones territoriales.

7. conclusiones

Gracias al análisis elaborado se puede indicar que el modelo de planificación turística de la Comunidad

Valenciana es independiente de la planificación territorial, cuyo instrumento también tiene carácter estratégico¹, y por tanto ambas estructuras son flexibles.

El Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana 2010-2020 se centra realmente en el eje de promoción y comunicación convirtiéndolo finalmente en un Plan de Marketing cuyo objetivo primordial parece ser que es conseguir un mayor número de llegadas gracias a un maremágnum de productos turísticos de moda, así como convertir la región en pionera de nuevas tecnologías turísticas. Sin embargo, la falta de actuaciones para planificar territorialmente el turismo ha conreado y conreará conflictos irreversibles a corto, medio y largo plazo puesto que se destruirá la posibilidad de construir destinos integrados, obteniendo como es el caso actual, espacios turísticos inconexos que han primado por sus intereses municipales.

De hecho, como muchos autores han indicado, en España, el urbanismo ha sido la técnica que se utilizó para planificar territorialmente el turismo, debido a la incapacidad de las administraciones públicas de elaborar planes territoriales vinculantes regionales o subregionales que supusieran el marco de ordenación territorial. Incluso hoy en día, dicha técnica de ámbito local continúa siendo la herramienta territorial-turística en muchas Comunidades Autónomas españolas, como es el caso de la Comunidad Valenciana.

De este modo, parece ser que la gestión pública de esta Comunidad no ha apostado por la creación de una tipología de planes verticales de turismo que deberían incluirse en la legislación territorial para tener vinculación, sino que se ha apostado por la creación de un plan con estructura flexible, que facilitará la incorporación de medidas proactivas pero su puesta en práctica dependerá de la bondad de los agentes implicados.

Probablemente la problemática de distribución de las competencias turísticas y territoriales entre dos Consellerías diferentes ha propiciado este distanciamiento entre ambas disciplinas, no obstante, en la actualidad esta disyunción debería desaparecer gracias al consenso social que la planificación estratégica conlleva.

Pese a dicha concepción teórica sobre el consenso entre agentes involucrados, en el ámbito turístico encontramos

que en la práctica, el instrumento actual de planificación turística valenciana (PEGTCV) se ha elaborado desde una perspectiva excesivamente sectorial, abarcando en su mayoría actuaciones de marketing y obviando las acciones territoriales-turísticas, por ello podemos decir que el consenso administrativo entre ambas Consellerías no ha sido el esperado.

De todos modos, aun quedan por elaborar Planes Operativos hasta el año 2020 que pudieran integrar las prácticas territoriales-turísticas necesarias para convertir a la Comunidad Valenciana en una región con diversos destinos integrados y planificados.

Por ello, será necesario realizar un seguimiento de las acciones de cada uno de los Planes Operativos futuros para conocer nuevas actuaciones, la continuidad de las actuales, así como para comprobar si finalmente se han llevado todas ellas a cabo en su totalidad.

8. referencias bibliográficas

- Antón, S. y González, F. (coords.) (2005): *Planificación territorial del turismo*. Barcelona, Ed. UOC.
- Antón, S. y Vera, F. (1998): "Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio", en Oliveras, J. y Antón, S. (eds.) (1998): *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Grup d'Estudis Turístics, Unitat de Geografia, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona: pp. 5-44.
- Ávila, R. y Barrado D.A. (2005): "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión". *Cuadernos de Turismo*, vol 15: 27-43
- Barrado, D.A (2001): "Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en la España de las autonomías". *Estudios Turísticos*, n.º 149: 3-22
- Bielza de Ory, V. (2008): *Introducción a la ordenación del territorio. Un enfoque geográfico*. Zaragoza, Ed. Pressas Universitarias de Zaragoza.
- Boullón, R.C. (2006): *Planificación de espacios turísticos*. México, 4ªEd. Trillas
- Dredge, D. (1999): "Destination place planning and design", *Annals of Tourism Research*, Vol 26, nº4: 772-791
- Donaire, J.A; González, F. y Puertas, J. (2005): "Diseño de planes turísticos del territorio", en Antón, S. y

¹ El instrumento que define el modelo territorial futuro para la región de estudio es la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana aprobada en 2011 y cuyo carácter es semi-vinculante.

González, F. (coords.) (2005): *Planificación territorial del turismo*. Barcelona, Ed. UOC, pp. 143-199.

Ebrópolis (2001): "La Planificación Estratégica en España; hoy". *Encuentros Ibéricos de Planes Estratégicos Urbanos*. Disponible en <http://www.ebropolis.es/files/File/Encuentros/2001/ConclusionesVI.pdf> (Último acceso: 21 octubre 2014)

Ebrópolis (2014): "XVII Encuentro de Planes Estratégicos en Zaragoza "Una mirada hacia Europa". *Encuentros Ibéricos de Planes Estratégicos Urbanos*. Disponible en <http://www.ebropolis.es/files/File/Encuentros/2014//CONCLUSIONES-XVII-Encuentro-Planes-Estrategicos.pdf> (Último acceso: 21 octubre 2014)

Exceltur (2007): *Estrategias turísticas integradas en los vigentes planes de Ordenación del Territorio, en zonas del litoral Mediterráneo, Baleares y Canarias*. Disponible en <http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/listawrap.aspx?nid=191> (Último acceso: 21 octubre: 2014)

Farinós, J.; Olcina, J.; Rico, A.; Rodríguez, C.; Romero, L.; Espejo, C. y Vera, F. (2005): "Planes estratégicos territoriales de carácter supramunicipal". *Boletín de la A.G.E.*, nº39: 117-149.

Forn, M. y Pascual, J. M. (1995): *La planificación estratégica territorial. Aplicació als municipis*, Barcelona, Diputación de Barcelona.

Generalitat Valenciana (2010): *Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana 2010-2020*. Inva.tur

Generalitat Valenciana (2011): *Plan Operativo del Turismo de la Comunitat Valenciana 2011*. Invat.tur

Generalitat Valenciana (2012): *Plan Operativo del Turismo de la Comunitat Valenciana 2012*. Conselleria de Turismo, Cultura y Deporte.

Generalitat Valenciana (2014): *Plan Operativo y de Marketing Turístico del Turismo de la Comunitat Valenciana (2014-2015)*. Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo

Gómez, B., López Palomeque, F. y Cors, M. (2004): "Turismo y planificación estratégica: el estudio e informe estratégico del turismo urbano y territorial". *Cuadernos Geográficos*, nº34: 95-109

Govern Balear (1993): *Plan Director de Ordenación de la Oferta Turística de las Islas Baleares. Ámbito: Isla de*

Mallorca. Palma de Mallorca, Conselleria d' Obres Públiques i Ordenació del Territori, 4 vols.

Inskeep, E. (1994): "National and Regional Tourism planning", OMT, Routledge, London.

Ivars, J.A. (2003): *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Madrid, Ed. Síntesis.

López Palomeque, F. "Política turística, territorio y cambio turístico". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* n.º 28 (nueva época): 22-41.

López Palomeque, F. (2001): "El turismo en el desarrollo local y regional: aportaciones conceptuales", en Luzón, J. L. y Dantaslé, N. (coords.) (2001): *Desarrollo Regional*. Barcelona, Xarxa Temàtica Medamèrica, pp. 109-140.

López Palomeque, F. (2007): "Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos". *Turismo y Sociedad*. Vol 8. En Temática 2: Valorización turística y planificación territorial.

OMT (1999): *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*, Madrid, Organización Mundial del Turismo.

Pujadas, R. y Font, J. (1998): *Ordenación y planificación territorial*. Madrid, Ed. Síntesis.

Razquin, M.M (2002): "Planificación turística y planificación territorial: la necesidad de una convergencia" en Blanquer, D. (coord.) (2002): *Ordenación y gestión del territorio turístico*. Valencia, Ed. De Tirant Lo Blanch y Fundación Cañada Blanch, pp. 111-152.

Sola, J. (2007): *Ordenación territorial y urbanística de las zonas turísticas*. Sevilla, Instituto Andaluz de Administración Pública, 2ª edición.

Vera, F. (1996): "La variable territorial en los procesos de desarrollo turístico" en Barba, R. y Pié, R. (eds.) (1996): *Arquitectura y turismo: planes y proyectos*. Barcelona. En: Centre de Recerca i Projectes de Paisatge, U. Politècnica de Catalunya, pp. 87 - 98.

Vera, J.F y Monforte, V.M (1994): "Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana". *Estudios Turísticos*, n.º 123: 17-45

Vera, J.F; Cruz, J.; Baños, C.J. (1995): "Turismo y Organización del Territorio: desajustes de un modelo de implantación y nuevas estrategias" *Cuaderno de Geografía*. Valencia, vol. 58: 439-474

Vera, J.F. (coord.); López Palomeque, F.; Marchena, M. y Antón, S. (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona, Ed. Ariel.

Vera, F.J e Ivars, J.A (2002): "Turismo, territorio y desarrollo regional en la Comunidad Valenciana" en Blanquer, D. (coord.) (2002): *Ordenación y gestión del territorio turístico*. Valencia, Ed. De Tirant Lo Blanch y Fundación Cañada Blanch, pp. 152-193.

Vera, J.F. (coord.); López Palomeque, F.; Marchena, M. y Antón, S. (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia. Ed. Tirant lo Blanch.

Yepes, V. (1995): "Gestión integral de las playas como factor productivo de la industria turística: el caso de la Comunidad Valenciana", *III Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos*. Valencia, 25 ff.

Yepes, V. (2002): "Estrategias y política turística de la Comunidad Valenciana: su incidencia en el litoral". *Cuadernos de Turismo*, Vol 9: 165-173