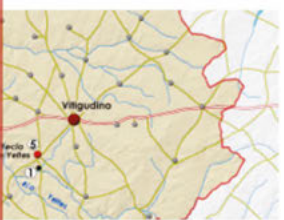
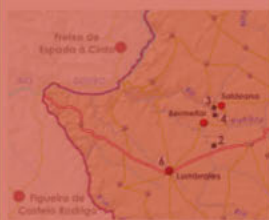
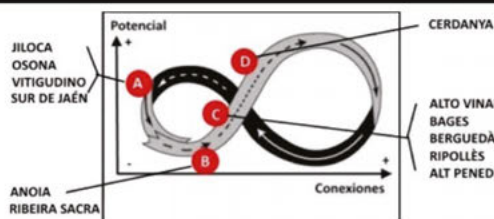
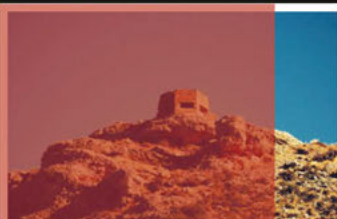


G. Cànoves, A. Blanco-Romero,
J. M. Prat, M. Villarino, eds.

Turismo de interior en España

Productos y dinámicas territoriales



Turismo de interior en España

Productos y dinámicas territoriales

G. Cànoves
A. Blanco-Romero
J. M. Prat
M. Villarino
eds.

Universitat de València



Colección: Desarrollo Territorial, 19
Director de la colección: Joan Romero
Cátedra de Geografía Humana. Universitat de València

Consejo editorial:

| | |
|----------------------------|---|
| Nacima Baron | École d'Urbanisme de Paris |
| Dolores Brandis | Universidad Complutense de Madrid |
| Gemma Cànoves | Universidad Autónoma de Barcelona |
| Inmaculada Caravaca | Universidad de Sevilla |
| Josefina Cruz Villalón | Universidad de Sevilla |
| Carmen Delgado | Universidad de Cantabria |
| Josefina Gómez Mendoza | Universidad Autónoma de Madrid |
| Francesco Indovina | Istituto Universitario di Architettura di Venezia |
| Oriol Nel·lo | Universidad Autónoma de Barcelona |
| Andrés Pedreño | Universidad de Alicante |
| Rafael Mata | Universidad Autónoma de Madrid |
| Carme Miralles | Universidad Autónoma de Barcelona |
| Ricardo Méndez | CSIC |
| Joaquim Oliveira | Director de Política Regional y Urbana de la OCDE |
| José Alberto Rio Fernandes | Universidade do Porto |
| Andrés Rodríguez-Posse | London School of Economics |
| Julia Salom | Universitat de València Estudi General |
| Joao Seixas | Universidade Nova de Lisboa |

La presente publicación forma parte del Proyecto: «Reconversión, Revalorización y Reinención de espacios turísticos Interiores de España. Un análisis de casos y formulación de estrategias ante la crisis», del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Plan Nacional de I+D+i, 2013-2016 (CSO2013-4137-R).

© Del texto: los autores, 2017

Publicacions de la Universitat de València
puv.uv.es
publicacions@uv.es

Maquetación: Arantxa Pérez
Diseño de la cubierta: Celso Hernández de la Figuera

ISBN: 978-84-9134-193-2 (papel)
ISBN: 978-84-9134-993-8 (PDF)
DOI: <http://dx.doi.org/10.7203/PUV-OA-993-8>

Edición digital



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

Contenidos

| | |
|--|----|
| RELACIÓN DE AUTORES | 11 |
| LISTA DE CUADROS | 13 |
| LISTA DE FIGURAS | 17 |
| AGRADECIMIENTOS | 21 |
| PRESENTACIÓN | 23 |
| 1 INTRODUCCIÓN: ESTABLECIENDO CONEXIONES ENTRE CULTURA Y TURISMO | 27 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 2 MARCO CONCEPTUAL..... | 37 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| <i>Elena De Uña</i> | |
| <i>Montserrat Villarino</i> | |
| 2.1. Conceptos, nexos y conexiones: territorio y destino turístico; innovación y competitividad; sostenibilidad y desarrollo sostenible del turismo; clúster turístico | 37 |
| 2.1.1. Territorio y destino turístico | 37 |
| 2.1.2. Innovación y Competitividad | 41 |
| 2.1.3. Sostenibilidad y desarrollo sostenible | 43 |
| 2.1.4. Clúster turístico | 45 |
| 2.2. Resiliencia territorial. Conceptos y características..... | 49 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 3 | METODOLOGÍA Y JUSTIFICACIÓN DE LOS CASOS DE ESTUDIO | 61 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| | <i>Magda Cayón</i> | |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 3.1. | Consideraciones previas | 61 |
| 3.2. | Sistemas de indicadores seleccionados | 63 |
| 3.2.1. | Indicadores de resiliencia del clúster formado alrededor de un determinado producto turístico | 64 |
| 3.2.2. | Indicadores de resiliencia de la comarca como destino turístico | 66 |
| 3.2.3. | Indicadores de resiliencia territorial de la comarca.... | 67 |
| 3.3. | Justificación de los casos de estudio | 68 |
| 4 | CARACTERÍSTICAS DE LOS TERRITORIOS OBJETO DE ESTUDIO | 79 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero – Gemma Cànoves</i> | |
| | <i>José Antonio Corral – Luis A. Hortelano</i> | |
| | <i>Antonio Martínez Puche – Carmen Mínguez</i> | |
| | <i>Mónica Molina – José M^a Prat</i> | |
| | <i>Montserrat Villarino – Elena de Uña</i> | |
| 4.1. | El caso del Alt Penedès | 79 |
| | <i>Mónica Molina</i> | |
| 4.1.1. | El territorio..... | 79 |
| 4.1.2. | El enoturismo en la comarca | 85 |
| 4.2. | El caso del Alto Vinalopó..... | 92 |
| | <i>Antonio Martínez Puche</i> | |
| 4.2.1. | El territorio..... | 92 |
| 4.2.2. | El turismo alrededor de las fiestas de Moros y Cristianos | 99 |
| 4.3. | El caso de la Anoia..... | 104 |
| | <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 4.3.1. | El territorio..... | 104 |
| 4.3.2. | El «geocaching» en la comarca..... | 109 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 4.4. | El caso del Bages | 115 |
| | <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 4.4.1. | El territorio..... | 115 |
| 4.4.2. | El turismo religioso en la comarca | 120 |
| 4.5. | El caso del Berguedà | 125 |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 4.5.1. | El territorio..... | 125 |
| 4.5.2. | El turismo industrial en la comarca | 130 |
| 4.6. | El caso de la Cerdanya | 136 |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 4.6.1. | El territorio..... | 136 |
| 4.6.2. | El esquí nocturno y el «après-esquí» en la comarca. | 140 |
| 4.7. | El caso de la Comarca del Jiloca | 146 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| 4.7.1. | El territorio..... | 146 |
| 4.7.2. | El turismo del patrimonio bélico en la comarca | 151 |
| 4.8. | El caso de Osona..... | 154 |
| | <i>José Antonio Corral</i> | |
| 4.8.1. | El territorio..... | 154 |
| 4.8.2. | El Ecomuseo del Trigo | 159 |
| 4.9. | El caso de Ribeira Sacra..... | 164 |
| | <i>Elena De Uña</i> <i>Montserrat Villarino</i> | |
| 4.9.1. | El territorio..... | 164 |
| 4.9.2. | El turismo de naturaleza | 171 |
| 4.10. | El caso del Ripollès | 177 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| 4.10.1. | El territorio..... | 177 |
| 4.10.2. | El turismo de deportes de aventura en la comarca ... | 182 |
| 4.11. | El caso de la Comarca de la Sierra Sur de Jaén..... | 187 |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 4.11.1. | El territorio..... | 187 |
| 4.11.2. | El turismo astronómico en la comarca..... | 192 |

| | |
|---|-----|
| 4.12. El caso de la Tierra de Vitigudino..... | 196 |
| <i>Luis Alfonso Hortelano</i> | |
| <i>Carmen Mínguez</i> | |
| 4.12.1. El territorio..... | 196 |
| 5 ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL CLÚSTER Y DE LA RESILIENCIA TERRITORIAL DE LA COMARCA Y DEL DESTINO TURÍSTICO | 207 |
| <i>Asunción Blanco-Romero – Gemma Cànoves</i> | |
| <i>José Antonio Corral – Luis A. Hortelano</i> | |
| <i>Antonio Martínez Puche – Carmen Mínguez</i> | |
| <i>Mónica Molina – José M^a Prat</i> | |
| <i>Montserrat Villarino – Elena de Uña</i> | |
| 5.1. Alt Penedès..... | 208 |
| <i>Mónica Molina</i> | |
| 5.1.1. Resiliencia territorial de la comarca | 208 |
| 5.1.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 208 |
| 5.1.3. Resiliencia del enoturismo en la comarca | 211 |
| 5.2. Alto Vinalopó | 213 |
| <i>Antonio Martínez Puche</i> | |
| 5.2.1. Resiliencia territorial de la comarca | 213 |
| 5.2.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 213 |
| 5.2.3. Resiliencia del turismo de fiestas de Moros y Cristianos en la comarca | 216 |
| 5.3. Anoia | 218 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 5.3.1. Resiliencia territorial de la comarca | 218 |
| 5.3.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 218 |
| 5.3.3. Sostenibilidad del clúster del «geocaching» | 220 |
| 5.4. El Bages..... | 223 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 5.4.1. Resiliencia territorial de la comarca | 223 |
| 5.4.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 223 |
| 5.4.3. Sostenibilidad del clúster del turismo religioso | 226 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 5.5. | El Berguedà | 228 |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 5.5.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 228 |
| 5.5.2. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 228 |
| 5.5.3. | Sostenibilidad del clúster del turismo industrial | 230 |
| 5.6. | La Cerdanya..... | 233 |
| | <i>José M^a Prat</i> | |
| 5.6.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 233 |
| 5.6.2. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 233 |
| 5.6.3. | Sostenibilidad del clúster del «après-esquí» y del esquí nocturno | 236 |
| 5.7. | Jiloca..... | 238 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| 5.7.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 238 |
| 5.7.2. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 238 |
| 5.7.3. | Resiliencia del turismo de las trincheras de la Guerra Civil en la comarca | 241 |
| 5.8. | Osona..... | 243 |
| | <i>José Antonio Corral</i> | |
| 5.8.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 243 |
| 5.8.2. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 243 |
| 5.8.3. | Sostenibilidad del clúster del Ecomuseo del Trigo en la comarca | 246 |
| 5.9. | Ribeira Sacra | 248 |
| | <i>Elena De Uña</i> <i>Montserrat Villarino</i> | |
| 5.9.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 248 |
| 5.9.1. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 248 |
| 5.9.3. | Resiliencia del turismo de naturaleza en la comarca. | 251 |
| 5.10. | Ripollès..... | 253 |
| | <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| 5.10.1. | Resiliencia territorial de la comarca | 253 |
| 5.10.2. | Resiliencia de la comarca como destino turístico | 253 |
| 5.10.3. | Sostenibilidad del clúster del turismo de aventura de riesgo | 256 |

| | |
|--|-----|
| 5.11. Sierra Sur de Jaén..... | 258 |
| <i>José M^a Prat</i> | |
| 5.11.1. Resiliencia territorial de la comarca | 258 |
| 5.11.1. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 258 |
| 5.11.3. Resiliencia del astroturismo en la comarca | 260 |
| 5.12. Vitigudino..... | 263 |
| <i>Luis Alfonso Hortelano</i> | |
| <i>Carmen Mínguez</i> | |
| 5.12.1. Resiliencia territorial de la comarca | 263 |
| 5.12.1. Resiliencia de la comarca como destino turístico | 263 |
| 5.12.3. Resiliencia del arqueoturismo en la comarca | 266 |
| 6 COMPARACIÓN DE LOS CASOS..... | 269 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| <i>José M^a Prat</i> | |
| <i>Asunción Blanco-Romero</i> | |
| 7 CONCLUSIONES..... | 281 |
| <i>Gemma Cànoves</i> | |
| 8 BIBLIOGRAFÍA..... | 285 |

Relación de autores

Asunción Blanco-Romero. Doctora en Geografía. Licenciada en Geografía. Profesora Titular de Análisis Geográfico Regional en el Departamento de Geografía de la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Investigadora principal del proyecto «Reconversión, revalorización y reinención de espacios turísticos interiores de España. Análisis de casos y formulación de estrategias ante la crisis» (Ref. CSO2013-41374-R) (2014-2016), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Gemma Cànoves Valiente. Doctora en Geografía. Licenciada en Filosofía y Letras (División de Geografía e Historia). Catedrática de Análisis Geográfico Regional en el Departamento de Geografía de la Universitat Autònoma de Barcelona. Directora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Investigadora principal del proyecto «Reconversión, revalorización y reinención de espacios turísticos interiores de España. Análisis de casos y formulación de estrategias ante la crisis» (Ref. CSO2013-41374-R) (2014-2016), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Magda Cayón Costa. Doctora en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora de Gestión Financiera en la Escuela de Turismo y Dirección Hotelera en la Universitat Autònoma de Barcelona y en la EUNCET Business School (Universitat Politècnica de Catalunya). Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

José Antonio Corral Marfil. Doctor en Geografía. Licenciado en Economía de la Empresa. Profesor Agregado en el Departamento de Economía y Empresa de la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Elena De Uña Álvarez. Doctora en Geografía. Licenciada en Geografía e Historia (sección Geografía). Profesora Titular de Geografía Física en el Departamento de Historia, Arte y Geografía de la Universidad de Vigo, Campus de Ourense.

Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Luis Alfonso Hortelano Mínguez. Doctor en Geografía. Licenciado en Geografía. Profesor Colaborador en el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Antonio Martínez Puche. Doctor en Geografía. Licenciado en Geografía. Profesor Titular de Geografía en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante. Director Académico de la Sede Universitaria de Villena. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Carmen Mínguez García. Doctora en Geografía. Licenciada en Geografía y Licenciada en Antropología Social y Cultural. Profesora Contratada en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid. Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Mónica Molina Hoyo. Licenciada en Humanidades. Diplomada en Turismo. Becaria pre-doctoral FI en el Departamento de Geografía de la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

José M^a Prat Forga. Doctor en Geografía. Licenciado en Geografía e Ingeniero Industrial. Técnico de Soporte a la Investigación en el Departamento de Geografía de la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Montserrat Villarino Pérez. Doctora en Geografía. Licenciada en Geografía e Historia (sección Geografía). Profesora Titular de Geografía Humana en el Departamento de Geografía de la Universidad de Santiago de Compostela. Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

Lista de cuadros

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabla 1. | Principios del desarrollo sostenible | 33 |
| Tabla 2. | Indicadores seleccionados para conocer la resiliencia turística de un destino | 66 |
| Tabla 3. | Lista de los indicadores seleccionados para conocer la resiliencia territorial de una comarca | 68 |
| Tabla 4. | Cuadro general demográfico y económico de las CCAA seleccionadas | 71 |
| Tabla 5. | Índices generales económicos de las CCAA seleccionadas y de España (2012). | 72 |
| Tabla 6. | Índices de actividad económica, turística y de cuota de mercado de las CCAA seleccionadas (2011) | 73 |
| Tabla 7. | Contexto territorial (2014) | 81 |
| Tabla 8. | Estructura por edades (2014) | 81 |
| Tabla 9. | Evolución demográfica (1985-2014) | 82 |
| Tabla 10. | Afiliados a la Seguridad Social y parados por sectores (2014) | 82 |
| Tabla 11. | Parque de viviendas (2001-2011). | 83 |
| Tabla 12. | Oferta de alojamientos turísticos | 84 |
| Tabla 13. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 91 |
| Tabla 14. | Contexto territorial (2014) | 93 |
| Tabla 15. | Estructura por edades (2014) | 94 |
| Tabla 16. | Evolución demográfica (1996-2014) | 94 |
| Tabla 17. | Paro registrado a nivel municipal por sectores de actividad (en %) (2014). | 96 |
| Tabla 18. | Parque de viviendas (2001-2011). | 96 |
| Tabla 19. | Oferta de alojamientos turísticos | 99 |
| Tabla 20. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 103 |
| Tabla 21. | Contexto territorial (2014) | 105 |
| Tabla 22. | Estructura por edades (2014) | 106 |
| Tabla 23. | Evolución demográfica (1985-2014) | 106 |
| Tabla 24. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 107 |
| Tabla 25. | Parque de viviendas (2001-2011). | 107 |
| Tabla 26. | Oferta de alojamientos turísticos | 108 |
| Tabla 27. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 114 |
| Tabla 28. | Contexto territorial (2014) | 116 |
| Tabla 29. | Estructura por edades (2014) | 116 |
| Tabla 30. | Evolución demográfica (1985-2014) | 117 |

Lista de cuadros

| | | |
|-----------|---|-----|
| Tabla 31. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 117 |
| Tabla 32. | Parque de viviendas (2001-2011). | 118 |
| Tabla 33. | Oferta de alojamientos turísticos | 118 |
| Tabla 34. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 124 |
| Tabla 35. | Contexto territorial (2014) | 126 |
| Tabla 36. | Estructura por edades (2014) | 126 |
| Tabla 37. | Evolución demográfica (1985-2014) | 126 |
| Tabla 38. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 127 |
| Tabla 39. | Parque de viviendas (2001-2011). | 128 |
| Tabla 40. | Oferta de alojamientos turísticos | 128 |
| Tabla 41. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 135 |
| Tabla 42. | Contexto territorial (2014) | 137 |
| Tabla 43. | Estructura por edades (2014) | 137 |
| Tabla 44. | Evolución demográfica (1985-2014) | 138 |
| Tabla 45. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 138 |
| Tabla 46. | Parque de viviendas (2001-2011). | 139 |
| Tabla 47. | Oferta de alojamientos turísticos | 139 |
| Tabla 48. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 145 |
| Tabla 49. | Contexto territorial (2014) | 147 |
| Tabla 50. | Estructura por edades (2014) | 148 |
| Tabla 51. | Evolución demográfica (1985-2014) | 148 |
| Tabla 52. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 149 |
| Tabla 53. | Parque de viviendas (2001-2011). | 149 |
| Tabla 54. | Oferta de alojamientos turísticos | 150 |
| Tabla 55. | Agentes directamente relacionados con este recurso turístico. | 153 |
| Tabla 56. | Contexto territorial (2014) | 155 |
| Tabla 57. | Estructura por edades (2014) | 155 |
| Tabla 58. | Evolución demográfica (1985-2014) | 155 |
| Tabla 59. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 156 |
| Tabla 60. | Parque de viviendas (2001-2011). | 156 |
| Tabla 61. | Oferta de alojamientos turísticos | 157 |
| Tabla 62. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 163 |
| Tabla 63. | Contexto territorial (2014) | 166 |
| Tabla 64. | Estructura por edades (2014) | 166 |
| Tabla 65. | Estructura por edades (en %) (2014) | 167 |
| Tabla 66. | Evolución demográfica (1985-2014) | 167 |
| Tabla 67. | Parque de viviendas (2001-2011). | 168 |
| Tabla 68. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 168 |
| Tabla 69. | Oferta de alojamientos turísticos | 169 |
| Tabla 70. | Agentes directamente relacionados con este recurso turístico. | 176 |
| Tabla 71. | Contexto territorial (2014) | 178 |
| Tabla 72. | Estructura por edades (2014) | 178 |
| Tabla 73. | Evolución demográfica (1985-2014) | 179 |
| Tabla 74. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 180 |
| Tabla 75. | Parque de viviendas (2001-2011). | 180 |
| Tabla 76. | Oferta de alojamientos turísticos | 181 |
| Tabla 77. | Agentes directamente relacionados con este clúster | 186 |
| Tabla 78. | Contexto territorial (2014) | 188 |
| Tabla 79. | Estructura por edades (2014) | 189 |
| Tabla 80. | Evolución demográfica (1996-2014) | 189 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabla 81. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014). | 189 |
| Tabla 82. | Parque de viviendas (2001-2011). | 190 |
| Tabla 83. | Oferta de alojamientos turísticos | 191 |
| Tabla 84. | Agentes directamente relacionados con este recurso turístico. | 195 |
| Tabla 85. | Contexto territorial (2014). | 197 |
| Tabla 86. | Estructura por edades (en %) (2014) | 198 |
| Tabla 87. | Evolución demográfica (1986-2014). | 198 |
| Tabla 88. | Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (diciembre 2014) | 199 |
| Tabla 89. | Parque de viviendas (2001-2011). | 199 |
| Tabla 90. | Oferta de alojamientos turísticos | 200 |
| Tabla 91. | Actuaciones en la provincia de Salamanca | 203 |
| Tabla 92. | Agentes directamente relacionados con este recurso turístico. | 206 |
| Tabla 93. | Cuadro resumen de los resultados del Alt Penedès | 212 |
| Tabla 94. | Cuadro resumen de los resultados del Alto Vinalopó | 217 |
| Tabla 95. | Cuadro resumen de los resultados de la Anoia | 222 |
| Tabla 96. | Cuadro resumen de los resultados del Bages. | 227 |
| Tabla 97. | Cuadro resumen de los resultados del Berguedà | 232 |
| Tabla 98. | Cuadro resumen de los resultados de la Cerdanya. | 237 |
| Tabla 99. | Cuadro resumen de los resultados de la comarca del Jiloca | 242 |
| Tabla 100. | Cuadro resumen de los resultados de Osona | 247 |
| Tabla 101. | Cuadro resumen de los resultados de la Ribeira Sacra | 252 |
| Tabla 102. | Cuadro resumen de los resultados del Ripollès | 257 |
| Tabla 103. | Cuadro resumen de los resultados de la Sierra Sur de Jaén. | 262 |
| Tabla 104. | Cuadro resumen de los resultados de la comarca agraria de Vitigudino | 267 |
| Tabla 105. | Debilidades económicas. | 273 |
| Tabla 106. | Debilidades socioculturales | 274 |
| Tabla 107. | Debilidades medioambientales | 275 |
| Tabla 108. | Debilidades de gobernanza | 276 |

Lista de figuras

| | | |
|------------|---|-----|
| Figura 1. | El patrimonio y sus relaciones | 32 |
| Figura 2. | Desarrollo del turismo y formación de vínculos económicos. | 35 |
| Figura 3. | Esquema de las interrelaciones entre patrimonio y turismo. | 40 |
| Figura 4. | Esquema de las relaciones patrimonio-producto-destino turístico | 41 |
| Figura 5. | Esquema global de conceptos turísticos | 41 |
| Figura 6. | Esquema de clúster turístico | 48 |
| Figura 7. | Posibles alternativas de recuperación ante un impacto en un destino consolidado y estable | 53 |
| Figura 8. | Posibles respuestas ante un impacto en un desarrollo territorial creciente. | 54 |
| Figura 9. | Propiedades del ciclo adaptativo. | 56 |
| Figura 10. | La resiliencia y el ciclo adaptativo del sistema turístico | 57 |
| Figura 11. | Secuencia de ciclos adaptativos de recuperación | 59 |
| Figura 12. | Esquema capas de indicadores | 62 |
| Figura 13. | Mapa de España con las Comunidades de estudio seleccionadas | 70 |
| Figura 14. | Mapa de situación de las zonas de estudio y clústeres seleccionados . . | 74 |
| Figura 15. | Mapa de situación de las comarcas de Catalunya seleccionadas | 75 |
| Figura 16. | Esquema del enfoque metodológico del estudio. | 76 |
| Figura 17. | Mapa de situación del Alt Penedès | 80 |
| Figura 18. | Evolución de visitantes de enoturismo Penedès (2008-2013) | 86 |
| Figura 19. | Viñedos en invierno en el Alt Penedès | 87 |
| Figura 20. | Cavas y viñedos de la heredad de Segura Viudas. | 88 |
| Figura 21. | Exterior de la entrada principal de las Cavas Freixenet | 88 |
| Figura 22. | Situación geográfica de los recursos del enoturismo en la comarca. . . | 89 |
| Figura 23. | Mapa de situación del Alto Vinalopó | 92 |
| Figura 24. | Términos municipales del Alto Vinalopó | 93 |
| Figura 25. | Carteles oficiales de las fiestas de Moros y Cristianos de Villena y Biar (2016) | 100 |
| Figura 26. | Desfile nocturno de moros en Villena. | 101 |
| Figura 27. | Situación geográfica de las fiestas de Moros y Cristianos en la comarca. | 102 |
| Figura 28. | Mapa de situación de la Anoia | 104 |
| Figura 29. | Subida al Collet de les Forques. | 111 |
| Figura 30. | La Torre de la Manresana | 112 |
| Figura 31. | Situación geográfica de los recursos de «geocaching» en la comarca . . | 112 |

Lista de figuras

| | | |
|------------|--|-----|
| Figura 32. | Mapa de situación del Bages | 115 |
| Figura 33. | Monasterio de Montserrat. | 121 |
| Figura 34. | Catedral de Manresa | 122 |
| Figura 35. | Iglesia y Cueva de San Ignacio de Loyola (Manresa) | 122 |
| Figura 36. | Situación geográfica de los recursos de turismo religioso en el Bages | 123 |
| Figura 37. | Mapa de situación del Berguedà. | 125 |
| Figura 38. | Viviendas de obreros en la Colonia Vidal. | 131 |
| Figura 39. | Torre del Amo de la Colonia Viladomiu Nou (Gironella) | 132 |
| Figura 40. | Tren del Ciment | 132 |
| Figura 41. | Situación geográfica de los recursos de turismo industrial en el Berguedà. | 133 |
| Figura 42. | Mapa de situación de la Cerdanya | 136 |
| Figura 43. | Carrera de trineos tirados por perros (La Molina) | 141 |
| Figura 44. | Esquí nocturno en Masella | 143 |
| Figura 45. | Situación geográfica de los elementos turísticos del clúster. | 144 |
| Figura 46. | Mapa de situación de la Comarca del Jiloca. | 146 |
| Figura 47. | Trincheras de «La Fuentecilla» (Bueña). | 151 |
| Figura 48. | Fortín-nido de ametralladoras de las trincheras de Cabezo Santo (Monforte de Moyuela). | 152 |
| Figura 49. | Situación geográfica de los elementos de este recurso turístico en la comarca. | 152 |
| Figura 50. | Mapa de situación de Osona. | 154 |
| Figura 51. | Sala del Museo del Trigo | 160 |
| Figura 52. | Pajar y molino de la Calvaria | 161 |
| Figura 53. | Situación geográfica de los elementos turísticos del clúster. | 162 |
| Figura 54. | Mapa de situación de la Ribeira Sacra | 164 |
| Figura 55. | El territorio de estudio en la cuenca hidrográfica Miño-Sil | 165 |
| Figura 56. | El Cañón del Sil y Poblamiento Ribeira Sacra | 172 |
| Figura 57. | Cabecera de la iglesia del Monasterio de las Bernardas, en Pantón. . . | 173 |
| Figura 58. | Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca | 174 |
| Figura 59. | Mapa de situación del Ripollès. | 177 |
| Figura 60. | Alpinismo en la pared norte del Gra de Fajol Petit. | 183 |
| Figura 61. | Descenso de barrancos en el Torrent de la Corba. | 184 |
| Figura 62. | Situación geográfica de los recursos de turismo de deportes de aventura en la comarca | 185 |
| Figura 63. | Mapa de situación de la Comarca del Sur de Jaén | 187 |
| Figura 64. | Cúpula del Observatorio Andaluz de Astronomía | 192 |
| Figura 65. | Cielo estrellado, desde Alcaudete. | 193 |
| Figura 66. | Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca | 194 |
| Figura 67. | Mapa de situación de la comarca agraria de Vitigudino. | 196 |
| Figura 68. | Mapa de situación de las comarcas agrarias de Salamanca | 197 |
| Figura 69. | Puerta de los Vetones del Castro de Las Merchanas (vista exterior) .. | 204 |
| Figura 70. | Puerta suroeste del Castro de Yecla la Vieja (vista interior). | 205 |
| Figura 71. | Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca | 205 |
| Figura 72. | Índices de sensibilidad territorial del Alt Penedès | 208 |
| Figura 73. | Comparación de la evolución de las variables económicas del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014) | 209 |
| Figura 74. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014) | 210 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| Figura 75. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014) | 210 |
| Figura 76. | Índices de sensibilidad territorial del Alto Vinalopó | 213 |
| Figura 77. | Comparación de la evolución de las variables económicas del Alto Vinalopó y de la Comunidad Valenciana (2010-2014). | 214 |
| Figura 78. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Alto Vinalopó y la Comunidad Valenciana (2010-2014) | 214 |
| Figura 79. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Alto Vinalopó y la Comunidad Valenciana (2010-2014) | 215 |
| Figura 80. | Índices de sensibilidad territorial de la Anoia. | 218 |
| Figura 81. | Comparación de la evolución de las variables económicas de Anoia y de Catalunya (2010-2014) | 219 |
| Figura 82. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales de Anoia y de Catalunya (2010-2014) | 220 |
| Figura 83. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales de Anoia y de Catalunya (2010-2014). | 220 |
| Figura 84. | Índices de sensibilidad territorial del Bages | 223 |
| Figura 85. | Comparación de la evolución de las variables económicas del Bages y de Catalunya (2010-2014) | 224 |
| Figura 86. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Bages y de Catalunya (2010-2014). | 225 |
| Figura 87. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Bages y de Catalunya (2010-2014). | 225 |
| Figura 88. | Índices de sensibilidad territorial del Berguedà | 228 |
| Figura 89. | Comparación de la evolución de las variables económicas del Berguedà y de Catalunya (2010-2014) | 229 |
| Figura 90. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Berguedà y de Catalunya (2010-2014). | 230 |
| Figura 91. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Berguedà y de Catalunya (2010-2014). | 230 |
| Figura 92. | Índices de sensibilidad territorial de la Cerdanya. | 233 |
| Figura 93. | Comparación de la evolución de las variables económicas de la Cerdanya y de Catalunya (2010-2014). | 234 |
| Figura 94. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Cerdanya y de Cataluña (2010-2014). | 234 |
| Figura 95. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la Cerdanya y de Catalunya (2010-2014). | 235 |
| Figura 96. | Índices de sensibilidad territorial de la comarca de Jiloca | 238 |
| Figura 97. | Comparación de la evolución de las variables económicas de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014). | 239 |
| Figura 98. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014). | 240 |
| Figura 99. | Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014). | 240 |
| Figura 100. | Índices de sensibilidad territorial de Osona | 243 |
| Figura 101. | Comparación de la evolución de las variables económicas en Osona y Catalunya (2010-2014). | 244 |
| Figura 102. | Comparación de la evolución de las variables socioculturales de Osona y de Catalunya (2010-2014) | 245 |

Lista de figuras

| | |
|--|-----|
| Figura 103. Comparación de la evolución de las variables medioambientales de Osona y de Catalunya (2010-2014) | 245 |
| Figura 104. Índices de sensibilidad territorial de la Ribeira Sacra. | 248 |
| Figura 105. Comparación de la evolución de las variables económicas de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014) | 249 |
| Figura 106. Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014) | 250 |
| Figura 107. Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014) | 250 |
| Figura 108. Índices de sensibilidad territorial del Ripollès | 253 |
| Figura 109. Comparación de la evolución de las variables económicas del Ripollès y de Catalunya (2010-2014) | 254 |
| Figura 110. Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Ripollès y de Catalunya (2010-2014) | 254 |
| Figura 111. Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Ripollès y de Catalunya (2010-2014) | 255 |
| Figura 112. Índices de sensibilidad territorial de la Sierra Sur de Jaén | 258 |
| Figura 113. Comparación de la evolución de las variables económicas de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014) | 259 |
| Figura 114. Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014) | 259 |
| Figura 115. Comparación de las variables medioambientales de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014) | 260 |
| Figura 116. Índices de sensibilidad territorial de la comarca agraria de Vitigudino | 263 |
| Figura 117. Comparación de la evolución de las variables económicas de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014) | 264 |
| Figura 118. Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014) | 265 |
| Figura 119. Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014) | 265 |
| Figura 120. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia territorial de las comarcas analizadas | 277 |
| Figura 121. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia como destino turístico de las comarcas analizadas | 278 |
| Figura 122. Sostenibilidad de los clústeres seleccionados | 280 |

Agradecimientos

Los editores y el equipo de investigación de TUDISTAR, quieren expresar su agradecimiento a las instituciones y entidades que han hecho posible realizar esta investigación y publicarla en este libro. En primer lugar, al Ministerio de Economía y Competitividad, que ha financiado el proyecto, en el marco del Plan Nacional de I+D+i (2013-2016), con referencia CSO2013-4137-R, bajo el título; *Reconversión, Revalorización y Reinención de Espacios turísticos Interiores de España. Un análisis de casos y formulación de Estrategias ante la crisis*. En segundo lugar, al Dr. Joan Romero, catedrático de Geografía Humana de la Universitat de València y director de la colección Desarrollo Territorial de la editorial Publicacions de la Universitat de València. Y en tercer lugar, a los investigadores, colaboradores, amigos y personas que desinteresadamente nos prestan su conocimiento y la información de sus vidas cotidianas. Solo a partir de su colaboración en nuestras investigaciones podemos extraer la realidad y no podemos olvidarnos de su valiosa contribución. Por último, a nuestros Departamentos de las Universidades en las que trabajamos; sin su apoyo, ayuda y buen hacer, seguro que sería muy complicado, en estos tiempos tan difíciles, continuar con las investigaciones y convertirlas en publicaciones para difundirlas a los especialistas y retornarlas a los territorios y los agentes locales.

Presentación

El libro que el lector tiene en sus manos es la continuación del libro publicado en 2014 bajo el título «Turismo de Interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia». Ahora los autores y el grupo TUDISTAR, avanzan en la investigación del turismo de interior incorporando una visión más amplia territorialmente y actualizada de las dinámicas que se están produciendo en los territorios de interior y de cómo el turismo sigue siendo un contribuidor a la dinamización de los espacios interiores. La dificultad para medir las repercusiones del turismo en los territorios en los que se desarrolla nos ha llevado a incorporar una serie de indicadores, sociales, económicos y medioambientales que nos permiten situar a los territorios y los productos turísticos en diferentes etapas de su desarrollo. En este estudio analizamos 12 casos del territorio español (Figura 14) para, a partir de productos turísticos innovadores, chequear la capacidad de potenciar y poner en valor los recursos culturales, patrimoniales y naturales del territorio. Los casos se seleccionaron en base a los criterios de territorios de interior y productos turísticos innovadores. Así en Cataluña escogimos la comarca del Alt Penedès y el producto enoturismo, la comarca de Anoia con el producto «geocaching», la comarca del Bages con el turismo religioso, la comarca del Berguedà con el turismo industrial, la comarca de la Cerdanya con el esquí nocturno y el «après-ski», la comarca de Osona con el ecomuseo del trigo y la comarca del Ripollès con el turismo de deportes de aventura. En Galicia analizamos la comarca de la Ribeira Sacra con el turismo de naturaleza. En Andalucía la comarca de la Sierra Sur de Jaén, con el turismo astronómico. En Alicante, la comarca del Alto Vinalopó con el turismo entorno a las fiestas de Moros y Cristianos. En Salamanca, la Tierra de Vitigudino con el turismo arqueológico o «arqueoturismo» y finalmente, en la comarca del Jiloca en Teruel, el turismo del patrimonio bélico.

En el capítulo 1 presentamos las dinámicas recientes de los territorios de interior y los cambios que están experimentando. Así mismo, recogemos las principales acepciones de turismo cultural y la potencialidad de los recursos culturales, patrimoniales y naturales que ofrecen los territorios interiores. Incidimos, de forma breve, en los diferentes intereses que pueden presentar los turistas culturales y apuntamos los principios básicos de desarrollo sostenible que deben asumir los espacios interiores. Inicialmente, el turismo en las áreas interiores no altera el

territorio y la vida de la comunidad. Sin embargo, con el paso del tiempo el turismo y los turistas provocan un efecto multiplicador y dinamizador en dichos espacios generando actividades complementarias, diversificando su economía y ofertando nuevos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos. Por ello, las Administraciones Públicas promueven el turismo como una actividad para la promoción económica y social del territorio. A veces, incluso, deben rectificar en una excesiva promoción que repercute negativamente. Los resultados de investigaciones anteriores (Cànoves, et al. 2014) nos han mostrado que la combinación idónea para los espacios interiores es la de poner en valor turístico sus recursos culturales, patrimoniales, y naturales, pero considerando siempre los resultados bajo una visión local. Es decir, la capacidad que tiene la actividad turística de dinamizar de manera local, endógena y a pequeña escala los espacios interiores. Este pequeño dinamismo, nada comparable al de los grandes complejos costeros litorales, tiene sin embargo unas repercusiones muy positivas para la población local que lo acoge y puede ayudar a frenar la despoblación e incluso dinamizar la economía local. La puesta en valor del patrimonio en los espacios interiores ha mostrado una potente capacidad de resiliencia ante las situaciones de crisis.

En el capítulo 2, se acota el marco conceptual, partiendo de la premisa de que en los territorios de interior están emergiendo nuevos clústeres alrededor de productos turísticos innovadores que ayudan al desarrollo local. Así, se delimitan los conceptos de territorio y destino turístico, de sostenibilidad y desarrollo sostenible del turismo, el concepto de clúster turístico y de resiliencia territorial. Entendiendo el concepto de resiliencia territorial como la capacidad de los destinos turísticos para recuperar los equilibrios o para absorber los impactos y las crisis, teniendo en cuenta su situación anterior, sus recursos, las propias habilidades organizativas, la adaptabilidad de su estructura y de su funcionamiento. En este capítulo sentamos las bases teóricas de nuestro estudio basándonos en el ciclo adaptativo de la resiliencia de Holling y Gunderson (2002), que aplicamos a los 12 territorios y productos turísticos del estudio.

El capítulo 3 muestra la metodología utilizada y justifica los doce casos de estudio seleccionados. La cuantificación de la sostenibilidad turística implica dificultades prácticas y conceptuales importantes, no sólo por la disponibilidad de los datos (White et al., 2006) sino porque es necesario, al mismo tiempo, establecer unos umbrales claros a partir de los cuales una actividad se puede considerar sostenible o no. La segunda dificultad se encuentra en la diversidad de territorios, actores e intereses que confluyen en una actividad tan transversal como es el turismo; siendo los indicadores una herramienta fundamental. Por otra parte, la ventaja de los indicadores es su facilidad de uso como información cuantitativa, su monitorización para evaluar variables, la posibilidad de efectuar comparaciones temporales y territoriales, la facilidad de comunicación y comprensión para la toma de decisiones y la posibilidad de evaluar fenómenos transversales. Dado que el principal objetivo del presente trabajo es conocer y analizar el grado de sostenibilidad del clúster formado alrededor de un producto turístico en una determinada comarca de interior; en primer lugar se ha seleccionado un conjunto de 38 indicadores a partir de los propuestos por el ETIS (European Tourism Indicator

System) (ETIS 2013a; 2013 b). Los 38 indicadores seleccionados se han distribuido en cuatro categorías que son: Gestión del destino, Flujo turístico, Impacto sociocultural e Impacto medioambiental. En segundo lugar, para conocer el grado de resiliencia que presenta el destino turístico ante cualquier perturbación, se han seleccionado inicialmente 100 indicadores a partir de los propuestos por Amat (2013), la OMT (2004) y el Resilience Capacity Index (RCI), bajo un enfoque mixto socio-ecológico y medioambiental adaptado al turismo, siguiendo a Luthe y Wyss (2014), asimismo agrupados en las cuatro categorías siguientes: Flujos metabólicos, Dinámicas sociales, Redes de gobernanza y Medio-ambiente construido. Finalmente, para conocer el grado de resiliencia territorial de cada una de las comarcas seleccionadas se ha utilizado el índice de sensibilidad territorial (β r) propuesto por Martin (2012) y se han escogido cuatro índices de sensibilidad, representativos de los ámbitos económico, sociocultural y medioambiental.

Las Comunidades Autónomas seleccionadas han sido Andalucía, Aragón, Castilla y León, Catalunya, Comunidad Valenciana y Galicia (Figura 13). La explicación radica en que todas ellas presentan en sus comarcas de interior unas potencialidades relevantes (recursos naturales y patrimoniales) que permiten un mayor desarrollo de su oferta turística, adaptándola a las nuevas y crecientes demandas sociales. Analizados los datos, consideramos que las Comunidades elegidas son representativas de territorios con diferente grado de desarrollo y de resiliencia ante situaciones de crisis social y económica. Para poder identificar detalladamente las dinámicas de las Comunidades en cada una de ellas se ha seleccionado una provincia y, dentro de ésta, una comarca de interior. Y en cada una de ellas es reconocible la presencia, a partir de un determinado producto turístico, de un clúster ya existente o que está en proceso de formarse (Figuras 14 y 15). Entendemos que este clúster turístico puede contribuir al desarrollo local de las comarcas seleccionadas y hace posible el estudio consiguiente, analizando la sostenibilidad de estos clústeres y teniendo en cuenta la resiliencia de la comarca donde se encuentran, tanto desde el punto de vista territorial como del destino turístico.

El capítulo 4, es por ello el más extenso ya que detalla los 12 territorios de estudio, explicando en primer lugar, de forma breve, las características físicas del territorio en base a un análisis de su potencialidad turística. En segundo lugar, se realiza una radiografía de los indicadores socioeconómicos que enmarcan la dinámica del territorio y en tercer lugar, se analizan las características del clúster turístico. Este es el aspecto más relevante, ya que permite ver la evolución de cada caso e indica la etapa de crecimiento turístico en la que se encuentra el clúster.

El capítulo 5 analiza la sostenibilidad de los 12 clústeres y la resiliencia territorial de cada comarca y cada destino turístico. Todos los territorios cuentan con un cuadro resumen del resultado de los indicadores de resiliencia territorial, resiliencia del destino turístico y sostenibilidad del clúster del producto turístico. Esta radiografía permite finalmente situar el nivel de sostenibilidad de los clústeres seleccionados y posicionarlos dentro del ciclo adaptativo de la resiliencia territorial del conjunto de las comarcas analizadas.

Llegados al capítulo 6, éste efectúa una comparación de los casos centrada en sus debilidades económicas, socioculturales, medioambientales y de gobernanza

como aspectos fundamentales para mejorar la resiliencia de cada clúster; teniendo en cuenta que hay una serie de aspectos coincidentes, como su riqueza patrimonial o natural y su paisaje, pero también existen notables diferencias entre ellos. Las tablas resumen (105, 106, 107,108) sitúan la comarca, el destino turístico y el clúster en relación a su posición respecto el resto de casos, en base a debilidades económicas, debilidades socioculturales, debilidades medioambientales y debilidades de gobernanza. A partir de los análisis realizados es posible concluir que cada una de las comarcas se encuentra en una etapa diferente del ciclo adaptativo tal como se refleja en la figura 120 y en la figura 122, que muestran el nivel de sostenibilidad de los clústeres seleccionados.

Para finalizar, el capítulo 7 recoge las conclusiones, limitaciones del estudio y nuevas vías de investigación en la temática del Turismo de interior, así como los indicadores económicos, sociales y medioambientales y la potencialidad de los clústeres turísticos en relación a un producto turístico tractor que ayude a dinamizar y potenciar el Turismo de los espacios interiores. España tiene aún un amplio potencial turístico en las zonas interiores, dado su rico patrimonio, identidades y cultura; falta sin embargo la dinamización local, la sinergia territorial y la confianza en la valorización de los lugares y sus potencialidades, desde un enfoque endógeno y sostenible.

1 Introducción: Estableciendo conexiones entre cultura y turismo

Gemma Cànoves

En este primer apartado presentamos las dinámicas recientes de los territorios de interior y los cambios que están experimentando. Así mismo, recogemos las principales acepciones de turismo cultural y la potencialidad de recursos culturales, patrimoniales y naturales que ofrecen los territorios interiores. Incidimos, de forma breve, en los diferentes intereses que pueden presentar los turistas culturales y apuntamos los principios básicos de desarrollo sostenible que deben asumir los espacios interiores.

La globalización de los capitales, la información y los transportes afectan localmente a los territorios de interior que están experimentando profundos cambios. Las recientes crisis económicas les han forzado a desarrollar nuevas estrategias adaptativas a nivel productivo, social y espacial, dando lugar a nuevos paradigmas (Niño-Becerra, 2015). Ante esta nueva situación, los territorios de interior, cuyo tradicional sustento era la producción agraria y ganadera, han reconvertido sus actividades y se han ido perfilando como espacios de ocio ante las demandas turísticas de las poblaciones urbanas (Cànoves et al., 2014). Dicha transformación ha supuesto la mercantilización del espacio rural (Fløysand y Jakobsen, 2007), que apuesta por desarrollar múltiples actividades sustitutivas y/o complementarias a las tradicionales (Fernández y Ramos, 2000; López Palomeque y Cànoves, 2014).

Una de estas nuevas actividades es el turismo, que intenta diversificar las economías de las zonas rurales, aumentando la dimensión del mercado local como consecuencia del consumo que realizan los visitantes¹. Esta dinamización local ha ayudado a crear puestos de trabajo, especialmente entre los colectivos más desfavorecidos, como han sido las mujeres, los jóvenes, los parados de larga duración, etc. (Prat y Cànoves, 2014). El turismo en los espacios interiores se ha revelado como un

1. Se generan efectos de arrastre hacia otras actividades productivas locales, tales como restaurantes y bares, pequeños comercios, construcción, producciones agrarias y artesanales (Martín, 2000).

activo para poner en valor los recursos naturales y socioculturales del territorio. La actividad turística ha favorecido la creación de microempresas implicando a la comunidad local en el diseño de los planes estratégicos de desarrollo turístico (Flores y Barroso, 2012). Sin embargo, los territorios de interior presentan una dinámica evolutiva compleja, donde actúan fuerzas endógenas y exógenas, a largo y corto plazo, que suelen ser unidireccionales y no anticipadas (Butler, 2011). De este modo, se contraponen las innovaciones y las resistencias al cambio, las aspiraciones de la población local, con las demandas y necesidades de los nuevos habitantes y turistas, la inercia de los planes de inversión pública y privada y el control de la rentabilidad de dichas inversiones (Prat, 2013; García Hernández, 2014).

Inicialmente, el turismo en las áreas rurales no supone la adaptación del territorio a las exigencias de los turistas. Sin embargo, con el paso del tiempo esta actividad provoca un efecto multiplicador en estos espacios generando actividades complementarias, diversificando su economía y ofertando nuevos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos. Por ello, las Administraciones Públicas promueven el turismo como una actividad para la promoción económica y social del territorio². Ahora bien, las crisis también afectan a la actividad turística, disminuyendo la capacidad de consumo de la población, especialmente en el caso de las clases medias, y reduciendo las promociones inmobiliarias de segundas residencias, de hoteles y de apartamentos turísticos. De este modo, al igual que ocurre en otros sectores, también se favorece la reestructuración del sector y la concentración de capital y empresarial. Este fenómeno es más acentuado en los territorios de interior, produciéndose resultados muy desiguales, ya que son necesarias importantes inversiones en equipamientos e infraestructuras y en el mantenimiento de las instalaciones turísticas, lo que muchas veces redundaría en la escasa rentabilidad económica de dichas actividades, siendo necesario el apoyo privado, muchas veces inexistente.

Los resultados de investigaciones anteriores (Cànoves, et al. 2014) nos han mostrado que la combinación idónea para los espacios interiores es la de poner en valor turístico sus recursos culturales, patrimoniales, y naturales. Ahora bien, considerando siempre los resultados bajo una visión local, es decir desde la capacidad que tiene la actividad turística de dinamizar localmente y a pequeña escala los espacios interiores. Este pequeño dinamismo, nada comparable a los grandes complejos costeros, tiene sin embargo unas repercusiones muy positivas para la población local que lo acoge y puede frenar la despoblación e incluso dinamizar la economía local. El patrimonio cultural es amplio y diverso en los espacios interiores y su puesta en valor a través de iniciativas público-privadas, ha mostrado una potente capacidad de resiliencia ante las situaciones de crisis.

Las definiciones de turismo cultural se han sucedido a lo largo de las últimas décadas (Smith, 2015). En 1985, la OMT lo definió como «el movimiento de personas por motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros

2. Un ejemplo es el aumento del número de concejalías dedicadas al turismo en los ayuntamientos. Así, por ejemplo, en algunas comarcas catalanas como el Bages se ha pasado de 7 en 2003 a 11 en 2011. O en la Cerdanya, de 3 a 10 en estos mismos años.

eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones; con el objetivo de elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros». En esta definición de turismo cultural se incluye tanto el patrimonio material como el inmaterial. Además, el turista cultural no se limita a adoptar una actitud contemplativa, sino que a través del viaje busca realizarse y obtener una experiencia. En 1991, el grupo ATLAS (*European Association for Tourism and Leisure Education*) (en Martos y Pulido, 2010) se define el turismo cultural como «todo movimiento de personas hacia atracciones específicamente culturales como sitios patrimoniales, manifestaciones artísticas y culturales, arte y representaciones, fuera de sus lugares habituales de residencia». Posteriormente, Silberberg (1995) consideró el turismo cultural como aquellos desplazamientos realizados fuera del lugar habitual de residencia cuya motivación es el interés en los aspectos históricos, científicos o estilos de vida de una comunidad. Por su parte, Richards (1996) define el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta lugares de interés cultural con la intención de recoger información y consumir experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales.

Una de las definiciones más recientes es la de Du Cros y McKercher (2015), quienes afirman que el turismo cultural ayuda a poner en valor el patrimonio de los destinos, transformándolo en productos que pueden ser consumidos por los turistas. Sin embargo, esta definición no tiene en cuenta la situación actual de la comunidad visitada, por lo que Smith (2015) concluye que el turismo cultural es una actividad íntimamente relacionada con el patrimonio, el arte y la cultura de una determinada comunidad, de modo que el visitante se beneficia simultáneamente del consumo de nuevas experiencias de naturaleza educacional, creativa y recreativa. El mismo autor señala que el turismo cultural comprende, aunque no exclusivamente, una diversidad de tipologías, tales como: turismo del patrimonio (visitas a lugares que poseen un patrimonio monumental –castillos, palacios, edificios emblemáticos, monumentos–, arqueológico, arquitectónico, museológico, urbanístico y religioso); turismo del arte (visitas a teatros, museos, salas de conciertos, galerías, festivales de música u otros, carnavales, eventos culturales, sitios literarios); turismo creativo (pintura, escultura, cerámica, canto, danza, fotografía, diseño, moda, actividades audiovisuales); turismo cultural urbano (ciudades históricas o industriales, acondicionamientos de la franja litoral urbana, arte escénico, zonas comerciales, restaurantes, bares y cafeterías, vida nocturna); turismo cultural rural (pueblos, granjas, masías, ecomuseos agrarios y/o ganaderos, paisajes culturales rurales, naturaleza, parques nacionales, gastronomía-productos alimenticios y cocina autóctona, cata de vinos y otras bebidas); turismo cultural indígena (paisajes culturales, pueblos tribales, etnias minoritarias, centros culturales, artesanía, ferias, fiestas, folklore y cultura local); turismo cultural urbano étnico (guetos, favelas, chabolas, barrios judíos, barrios árabes, barrios chinos, barrios bajos, barrios homosexuales, etc.) y turismo cultural experimental (parques temáticos, restaurantes tematizados, conciertos de música moderna, eventos deportivos, localizaciones de películas y series de TV, centros comerciales, peregrinaje religioso, aprendizaje y práctica de idiomas, etc.). Vista la amplitud de la definición,

en nuestro estudio consideramos que el turismo cultural abarca las actividades y visitas relacionadas con la expresión cultural de un territorio.

La globalización del turismo implica, por un lado la estandarización de las actividades y experiencias culturales junto con la demanda diferenciada de los turistas (Williams y Lew, 2015). En esta línea, Silberberg (1995) clasifica a los turistas culturales en cuatro tipologías diferentes, según sus motivaciones individuales. A saber: a) los que están fuertemente motivados por los aspectos culturales del viaje y lo realizan para satisfacer esta motivación; b) los que tienen una motivación cultural parcial para realizar el viaje y su motivación principal no es el consumo cultural, aunque lo hacen aprovechando la estancia; c) los que no tienen una motivación cultural para realizar el viaje, pero que aprovechan su estancia para realizar diversas visitas culturales; y d) los que viajan por otros motivos pero que a lo largo de su estancia pueden visitar algún espacio cultural o algún evento significativo.

Por su parte, Jansen-Verbeke (1997) realiza una segmentación de los turistas culturales según la intensidad de su relación con la cultura, distinguiendo: 1) Turistas con motivación principalmente cultural para realizar el viaje; 2) Turistas con aspiración cultural, que aunque visitan destinos con notoriedad cultural rara vez repiten; 3) Turistas de atracción cultural que visitan el destino por motivaciones no culturales pero aprovechan el viaje para realizar alguna actividad cultural. Asimismo, Hughes (2002) realiza una clasificación similar a la de Silberberg, pero señala que los turistas culturales pueden focalizar su visita en diferentes aspectos de la cultura, tales como su dimensión histórica o las experiencias locales. McKercher (2002) categoriza los turistas culturales teniendo en cuenta el nivel de compromiso y profundización deseado con el consumo de la experiencia, clasificándolos en: 1) Turista de propósito cultural, cuya principal razón para realizar el viaje es conocer otras culturas; 2) Turista que visita lugares de interés turístico, cuya motivación es el conocimiento de otras culturas pero su experiencia, a diferencia del tipo de turista anterior, es menos profunda y se encuentra más orientada al entretenimiento; 3) Turista cultural casual, cuya motivación cultural es débil en la elección del destino; 4) Turista cultural ocasional, que no tiene el turismo cultural como motivo del viaje; 5) Turista cultural atípico, que sin pensar en el turismo cultural en la elección del destino, termina disfrutando de una experiencia cultural profunda.

A su vez, Dolnicar (2002) indica que los turistas de los distintos países tienen diferentes intereses culturales e identifica nueve tipos de turistas culturales según su grado de participación en las actividades propuestas: 1) Participantes de viajes culturales estándar, que invierten su tiempo en el destino de forma colectiva realizando compras y visitando museos y monumentos turísticos sin prestar atención a otras atracciones culturales. 2) Fanáticos de la cultura. Superactivos, que quieren verlo y hacerlo todo. 3) Turistas culturales inactivos. Lo contrario al caso anterior. 4) Amantes de la excursión organizada. 5) Interesados en los eventos culturales locales y regionales. 6) Exploradores de la cultura, a los que les interesa lo «organizado», y realizan las mismas actividades culturales que los turistas del tipo 1. 7) Amantes de los espectáculos (teatro, musical y ópera), aunque también realizan otras actividades culturales en el destino. 8) Participantes «superpreparados» del viaje cultural. Realizan viajes organizados colectivos y les interesan

las exposiciones y los grandes eventos. No buscan entretenimientos como las compras. 9) Turistas culturales organizados. Participan en viajes organizados, que comprenden visitas a museos e hitos de interés turístico. Realizan compras pero no suelen asistir a espectáculos.

En base a esta amplia diversidad, Du Cros y McKercher (2015) sugieren que el mercado está dominado por los turistas culturales casuales e incidentales, no siendo la cultura la motivación principal del viaje y utilizando parte de sus vacaciones para la relajación, recreo o hedonismo, de manera que los grandes operadores turísticos ofrecen paquetes donde combinan las actividades recreativas con las culturales. Así pues, siguiendo a Smith (2015), los turistas culturales pueden categorizarse de diversas formas, teniendo en cuenta su motivación, el tipo de actividades a realizar, su género, su edad, su estilo de vida, su nivel cultural, su poder adquisitivo, el tipo de experiencia a realizar y el tipo de turismo. No se puede olvidar que nos encontramos ante unos turistas ampliamente informados, que desean realizar las visitas de modo independiente y conocer la vida «real» de las comunidades locales e interactuar con ellas (Williams y Lew, 2015).

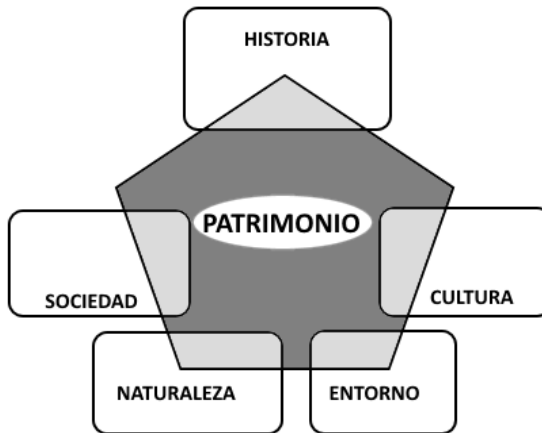
En conclusión, podemos constatar la diversidad de motivaciones que impulsan a los turistas a consumir la cultura de un territorio y reflejar que no todos los turistas culturales manifiestan el mismo grado de interés por la cultura. Por ello, los territorios pueden ofrecer un amplio espectro de actividades culturales para cumplir con las diversas motivaciones de los turistas.

Seguidamente es necesario abordar las complejas relaciones entre el turismo cultural y el patrimonio, teniendo en cuenta que según Smith (2015) éste incluye las atracciones de: patrimonio edificado (ciudades, lugares y edificios históricos, arquitectura, arqueología, monumentos); patrimonio natural (parques nacionales, litorales marítimos, cuevas, fenómenos geológicos); patrimonio cultural (artes, festivales, eventos tradicionales, museos, conciertos, artesanía, etc.); patrimonio religioso (catedrales, santuarios, monasterios, iglesias, ermitas, mezquitas, rutas de peregrinación, memoriales religiosos, sinagogas, templos budistas, cementerios, etc.); patrimonio industrial (colonias, fábricas, minas); patrimonio militar (castillos, campos de batalla, murallas, campos de concentración, museos militares, memoriales de caídos en guerra o en la represión) y patrimonio artístico o literario (casas, jardines, paisajes asociados con artistas y escritores y/o sus obras). Ahora bien, el patrimonio no solamente está compuesto por recursos tangibles sino también intangibles, como las tradiciones orales, la artesanía local, la lengua, la música y los bailes tradicionales, las prácticas sociales, los rituales y los eventos festivos y el conocimiento y las prácticas relacionadas con la naturaleza y el Universo (Figura 1).

De esta manera, la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Intangible define este patrimonio como las prácticas, representaciones y expresiones, así como los conocimientos y habilidades, que las comunidades, grupos y, en algunos casos, los individuos reconocen como parte de su patrimonio cultural, transmitido de generación en generación, interactuando con el territorio, su naturaleza y su historia. Ello da a la comunidad un sentido de identidad y continuidad y promueve el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana, compatibilizándolo con las prácticas de los derechos humanos reconocidos

internacionalmente y cumpliendo con los requerimientos de mutuo respeto entre comunidades y con el desarrollo sostenible. (UNESCO, 2015).

FIGURA 1
El patrimonio y sus relaciones



Fuente: Williams y Lew, 2015

A continuación, en la Tabla 1, se relacionan algunos de los principios del desarrollo sostenible que podrían ser aplicados específicamente al turismo cultural. Sin embargo, dada la continua diversificación de las motivaciones que experimenta la demanda turística, constantemente surgen nuevas tipologías turísticas.

En este punto es necesario indicar que el turismo «tranquilo» («slow tourism»), que está creciendo en popularidad, es un turismo que se caracteriza por visitar sosegadamente los destinos, respetar la cultura y la historia locales, proteger el medio ambiente y considerarse socialmente responsable. Así, los turistas que lo practican disfrutan de una experiencia más auténtica de la forma de vida en un determinado lugar, apreciando los productos y los servicios locales e interactuando con su población (Fullagar, Markwell y Wilson, 2012).

También es importante indicar que el turismo de naturaleza, a veces denominado «turismo verde», es el que se practica en los espacios naturales y ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años. Se trata de un turismo caracterizado por su gran heterogeneidad, con turistas motivados por el ecologismo y la naturaleza, observándola, comprendiéndola e implicándose en su conservación (Flores, 2007). En ocasiones se confunde este turismo con el ecoturismo que, siguiendo a Ceballos-Lacuráin (1996), puede definirse como el viaje medioambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza, contribuyendo a la conservación del patrimonio natural y cultural, e implicando a las comunidades locales en su planificación, desarrollo y gestión. Es por ello un turismo que contribuye a la educación ambiental de los visitantes (Flores, 2007).

TABLA 1
Principios del desarrollo sostenible

| | | |
|----------|---|--|
| S | (STRATEGIC) Aproximación estratégica a largo plazo al desarrollo para las generaciones futuras | <ul style="list-style-type: none"> • Pensar a largo plazo • Planificar para las generaciones futuras • Estabilidad económica |
| U | (UNDERSTANDING) Comprensión del significado de la ética y la responsabilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta las necesidades de todos los agentes involucrados • Desarrollar estrategias de turismo responsable |
| S | (STAKEHOLDER) Colaboración y cooperación entre agentes | <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Clústeres • Fóruns • Desarrollo de Grupos de acción |
| T | (TRAINING) Formación a empresarios y trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> • Igualdad de oportunidades • Favorecer el emprendimiento |
| A | (APPRECIATION) Apreciación de lo diferente, culturas y entornos | <ul style="list-style-type: none"> • Paisajes • Flora y fauna • Comunidad local • Costumbres • Estilos de vida • Tradiciones |
| I | (IMPACT) Gestión del impacto maximizando los beneficios y minimizando los daños | <ul style="list-style-type: none"> • Conservar y mejorar el entorno • Contribuir positivamente al cambio económico y social • Mejorar la calidad de vida de los territorios |
| N | (NEW) Nuevos planteamientos de planificación, desarrollo y gestión | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo centrado en la comunidad receptora • Turismo de naturaleza • Turismo accesible • Turismo «tranquilo» («slow tourism») |
| A | (ALTERNATIVES) Fuentes alternativas de energía | <ul style="list-style-type: none"> • Transporte verde • Reducir las emisiones de gases • Favorecer la energía solar, eólica e hidráulica • Reducir el consumo de agua, gas, electricidad |
| B | (BEST) Mejores prácticas | <ul style="list-style-type: none"> • Favorecer el turismo responsable • Favorecer el ecoturismo |
| L | Implicación de la comunidad local (LOCAL) | <ul style="list-style-type: none"> • Consulta • Participación • Compromiso • Emprendimiento • Soporte político |
| E | (ENVIRONMENTAL) Comprensión del medio ambiente | <ul style="list-style-type: none"> • Formación • Códigos de conducta • Capacidad de transmisión • Negocios «verdes» • Planificación territorial |

Fuente: Smith, 2015

Por otra parte, está muy extendida la idea de que el turismo cultural aporta beneficios sociales y económicos en los lugares visitados. Gracias a este turismo cultural, los territorios de interior reciben «inputs» económicos positivos, tanto directos (como los pagos que realizan los turistas), como indirectos (por ejemplo, las compras por parte de los proveedores de los bienes y servicios pedidos por los turistas) e inducidos (como las compras por parte de los proveedores de bienes y servicios para el propio consumo) (Wall y Mathieson, 2006). Además, puede contribuir a generar puestos de trabajo, sirve de plataforma para los nuevos emprendedores e incrementa las oportunidades de inversión.

En el aspecto socio-cultural el turismo es una oportunidad de intercambio cultural y formación mutua, que afianza la identidad local y ayuda a preservar la autenticidad de las tradiciones y la diversidad (Hall, Gössing y Scott, 2015).

Sin embargo, su rápido crecimiento, aprovechando las nuevas tecnologías y los vuelos aéreos de bajo coste («low cost»), también puede causar una serie de impactos negativos, tales como una inflación de los precios de los alimentos, productos comerciales y del suelo³, una sobre-exposición de la comunidad local y su cultura, un exceso de teatralización que puede provocar una cierta pérdida de identidad y autenticidad de la cultura local, una mercantilización excesiva del producto cultural y conflictos más o menos graves entre residentes y visitantes (Smith, 2015).

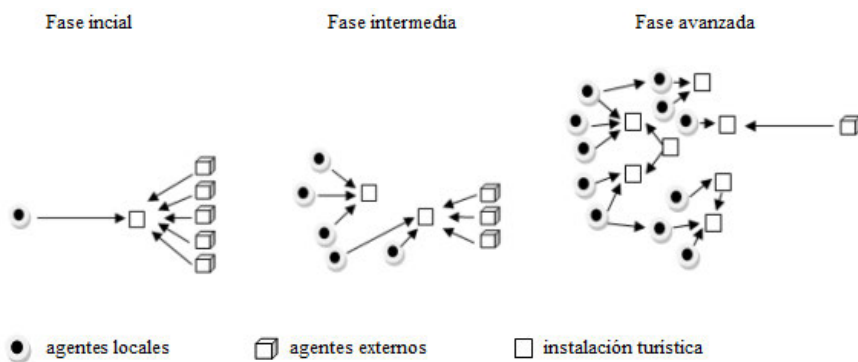
A nivel laboral, los puestos de trabajo creados a partir del turismo pueden ser de bajo nivel, con alta estacionalidad, de jornada reducida, discriminatorios por edad, género y/o raza y con salarios bajos (Williams y Lew, 2015).

Aunque el turismo tiene pros y contras, muchos territorios de interior han apostado por él como una herramienta de desarrollo económico que les permita reducir su tasa de paro y aumentar su Producto Interior Bruto (PIB) y su Renta Familiar Bruta Disponible (RFBD). Los territorios seleccionan los tipos de turismo que más se adaptan a sus recursos naturales y patrimoniales. Así, a medida que se van desarrollando los productos turísticos se establecen vinculaciones más densas entre los agentes locales reduciendo proporcionalmente la colaboración con los agentes externos. Este desarrollo se puede visualizar siguiendo las tres fases del esquema siguiente (Figura 2).

Así, en una fase inicial se pone en marcha una instalación turística con el apoyo mayoritario de agentes externos al territorio. Posteriormente, si alcanza un cierto éxito, se incrementan las instalaciones en el destino, aumentando la cooperación entre los agentes locales y disminuyendo el soporte externo. Finalmente, se crea un clúster alrededor del producto turístico, en el que participan los diferentes agentes involucrados.

3. Algunos autores arguyen que esta inflación queda compensada por el aumento de los ingresos generados gracias a los turistas y a los beneficios obtenidos por los propietarios con el aumento de las plusvalías y los márgenes comerciales (Wall y Mathieson, 2006).

FIGURA 2
Desarrollo del turismo y formación de vínculos económicos



Fuente: elaboración propia a partir de Williams y Lew (2015)

Por todo ello, actualmente ha aparecido una nueva forma de entender el desarrollo turístico, que además del aspecto económico también incorpora las variables medioambientales y sociales, cristalizando en el concepto de desarrollo sostenible (Vogeler y Hernández, 2000). Sin embargo, la preocupación por la sostenibilidad en el desarrollo turístico no sólo ha venido dada desde instancias internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), sino también desde ámbitos locales, comarcales, regionales y nacionales (Yunis, 2003; Bravo, 2004). No se puede olvidar que la experiencia turística, y por consiguiente la satisfacción obtenida con el viaje, no se limita meramente al viaje sino que, siguiendo a Williams y Lew (2015), está compuesta por una serie de fases sucesivas:

a) Planificación del viaje. En esta fase se recoge información sobre posibles destinos a través de los diferentes medios (internet, revistas especializadas y generalistas, periódicos, etc.), así como de las opiniones y comentarios de otros viajeros y de las redes sociales.

b) Selección del destino. Una vez recogida la información, se coteja con los motivos para viajar y costes que esto conlleva, y tras comparar las alternativas se procede a elegir un destino determinado.

c) Preparación del viaje. En esta fase se hacen las pertinentes reservas de transportes, hoteles y actividades.

d) Viaje al destino. Se realiza el viaje y se realizan las actividades previstas y otras no planificadas de antemano.

e) Recuerdos del viaje. Una vez realizado el viaje, puede rememorarse el mismo individualmente o junto a otras personas a través de las fotos, películas y videos, de la lectura de los libros y guías y de los artículos comprados.

Para finalizar este apartado consideramos relevante destacar. En primer lugar, los territorios de interior han ido potenciando actividades de ocio como estrategia de diversificación y el turismo en sus amplias modalidades es un buen

dinamizador económico y social de estos espacios. En segundo lugar, los espacios interiores ofrecen una amplia potencialidad para poner en valor sus recursos culturales, patrimoniales y naturales. En tercer lugar, los turistas interesados por la cultura y el patrimonio son amplios y diversos, lo que permite diseñar productos turísticos a medida; en base a la disponibilidad y especificidad de los recursos del territorio. En cuarto lugar, el desarrollo turístico de los espacios interiores debe ser sostenible, es decir planificado a largo plazo, en colaboración con todos los agentes implicados y sobretodo la comunidad local y contribuyendo a la sostenibilidad económica, social y medioambiental del lugar.

2 Marco conceptual

Gemma Cànoves
Elena De Uña
Montserrat Villarino

2.1. Conceptos, nexos y conexiones: territorio y destino turístico; innovación y competitividad; sostenibilidad y desarrollo sostenible del turismo; clúster turístico

2.1.1. Territorio y destino turístico

El presente trabajo analiza como en los territorios de interior están emergiendo unos clústeres alrededor de los nuevos productos turísticos, que ayudan con mayor o menor intensidad al desarrollo local. Ante dichas circunstancias, para que este turismo sea sostenible, teniendo en cuenta la propia resiliencia del destino, es necesario disponer de un sistema de indicadores que sean actuales, prácticos, operativos, evolutivos, fáciles de usar e interrelacionados, y que ayuden a obtener una visión global de su evolución y de su sostenibilidad (Gallego et al., 2013).

En palabras de Valls (1998:34) se entiende por destino turístico un «espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral». Por ello es necesario que los agentes relacionados con el turismo, tanto privados como públicos, puedan abordar la gestión de los flujos turísticos y la organización de los destinos desde una perspectiva coherente, integrada y sostenible (Vázquez, 2005; Gutiérrez, 2013).

Así pues, un destino turístico es un sistema formado por un conjunto de elementos de carácter físico y estático –recursos, atractivos turísticos e infraestructura de apoyo– y de carácter dinámico y relacional –los actores y sus conexiones– (Muñoz, 2012), donde los avances en la comprensión de los factores que determinan su sostenibilidad son fundamentales.

En el ámbito académico se han sucedido distintos modelos teóricos para representar este complejo sistema, con toda su implicada red de interacciones. Entre las aportaciones más significativas realizadas sobre la conceptualización y

modelización de los destinos turísticos¹, destacan los trabajos de Dredge (2006), que ha recopilado los sistemas turísticos desde el punto de vista de la planificación y el diseño de los destinos, clasificándolos en tres categorías: modelos de viajes turísticos, modelos estructurales y modelos evolutivos. A su vez, Pearce (2012) los ha analizado como clústeres, como redes, como sistemas y como constructos sociales. Otros autores también han incorporado el análisis de redes sociales a sus estudios sobre los sistemas turísticos (por ejemplo, Paulovich, 2002; Prats, 2005; Dredge, 2006; Pforr, 2006; Merinero y Pulido, 2009; Merinero, 2011; Muñoz, 2012; Prat, 2013). En esta línea, Prats (2005) propone un modelo denominado «Sistemas Locales de Innovaciones Turísticas» (SLIT), en el que el territorio es una construcción colectiva, no necesariamente ligada a la proximidad geográfica ni a la aglomeración, en donde se generan interacciones entre los distintos agentes turísticos. Sin embargo, aunque existen múltiples modelos teóricos de sistemas turísticos², el más generalizado en estos últimos años es el propuesto por Leiper (1979), que ha sido citado y adoptado por diversos autores (entre otros, Hall, 2000; Petrocchi, 2001; Pérez *et al.*, 2003; Cooper *et al.*, 2008).

Se trata de un modelo de enfoque espacial que presenta el sistema del turismo de una forma simple, con elementos e interrelaciones. En dicho modelo³ el sistema está formado por los turistas, los agentes turísticos y los espacios utilizados; todos ellos condicionados por el macro-entorno humano, político, socio-cultural, económico y medio-ambiental. Sea cual sea el modelo de sistema turístico elegido; en los destinos más consolidados se pueden observar unos referentes básicos que se han sucedido de forma común a lo largo de las últimas décadas. Estos son, desarrollo, adaptación, competitividad, calidad y sostenibilidad (Velasco, 2008). Así, los agentes turísticos están cambiando su estrategia teniendo en cuenta las nuevas necesidades de la demanda, los impactos medioambientales, socioculturales y económicos que generan los visitantes y la propia resiliencia del territorio; con el objetivo de singularizar su oferta, revalorizar el papel del espacio y desarrollar redes de cooperación (García Hernández, 2014; Horrach, 2014).

En este nuevo contexto, los sistemas turísticos, entendidos como un conjunto de elementos interrelacionados, según lo planteado por la Teoría General de Sistemas⁴, y donde convergen elementos naturales y antrópicos, se encuentran

1. Muchas investigaciones se han centrado en la oferta (Pearce, 1989; Hu y Ritchie, 1993; Martin, 2000; Brunetti, 2002; Buhalis, 2003; Dredge, 2006; Pearce, 2012; Gallego *et al.*, 2013, entre otros), mientras que hay autores que se han focalizado en la demanda (por ejemplo, Leiper, 1990).

2. Puede verse una relación más exhaustiva de modelos en De Oliveira (2007) y Panosso y Lohmann (2012).

3. Este modelo se ha mejorado posteriormente con múltiples adaptaciones, destacando las del propio Leiper (1990), Palhares (2002), Buhalis (2003) y Pérez *et al.* (2003), que consideran el sistema turístico como un ecosistema donde también se tienen en cuenta los cambios que está experimentando el modelo de negocio turístico desde la perspectiva empresarial y las influencias e impactos producidos por las nuevas tecnologías y la globalización.

4. Desarrollada por Bertalanffy (en De Oliveira, 2007; Panosso y Lohmann, 2012).

influidos por diferentes variables. Entre ellas cabe destacar: las inversiones necesarias; el empuje de los nuevos emprendedores; la mayor o menor facilidad crediticia para las empresas y autónomos; la competencia; el mercado laboral; el nivel de formación de la población; el paisaje; el patrimonio existente en el territorio; la seguridad del destino; el nivel de las infraestructuras de acceso y de los servicios; las políticas y estrategias gubernamentales; el interés de los diferentes agentes (comunidad local, asociaciones, organizaciones empresariales, instituciones públicas, empleados del sector, etc.) y los cambios en la demanda turística (Gunn, 1994; Gallego et al., 2013; Prat, 2013).

En la actualidad los territorios de interior han multiplicado las estrategias orientadas a la explotación turística de sus recursos naturales y culturales. Dicha estrategia favorece la valorización y la protección del paisaje⁵ (Vázquez, 2005; Díez, 2013) y ayuda a garantizar que el desarrollo de la actividad turística no suponga una amenaza para el paisaje y la biodiversidad (Díez, 2013) permitiendo integrar el uso turístico de estos espacios y la conservación de los recursos (Ivars, 2001).

En cuanto a la valorización de los recursos culturales, hay que tener muy presentes dos aspectos fundamentales: la rehabilitación y puesta en valor del patrimonio cultural y su interpretación. La rehabilitación y puesta en valor de este patrimonio permite mantener en condiciones óptimas unas instalaciones y monumentos que se han ido degradando con el paso del tiempo. Sin embargo, con la actual crisis económica, las partidas presupuestarias destinadas a realizar inversiones en materia de rehabilitación del patrimonio se han reducido drásticamente y la elección debe ser analizada con detalle, debiéndose tener muy en cuenta aspectos como la singularidad y atractivo del recurso, la accesibilidad, la potencial afluencia de público, la seguridad del entorno y el nivel de conservación previo (Díez, 2013).

Por su parte, la interpretación «in situ» del patrimonio se basa en seis principios básicos: presentar unos mensajes interesantes, atractivos y cercanos; imaginar o revivir los acontecimientos ocurridos en una determinada época; dar una información veraz e inteligible; proponer una idea central que envuelva toda la escena y el discurso interpretativo; disponer de personal-guía con la adecuada preparación; preparar demostraciones, talleres, seminarios y exposiciones; señalar rutas; editar folletos y guías de viaje; y utilizar las herramientas TIC para itinerarios autoguiados (audio guías y guías para telefonía móvil), audiovisuales con medios sensoriales (sonidos, luces y olores), imágenes tridimensionales, paneles interpretativos, etc. (Solsona, 2009; Díez, 2013). La Figura 3, resume de forma sintética el planteamiento que se ha presentado.

5. La protección de los paisajes es fundamental para mantener su atractivo turístico (Cànoves, Herrera y Villarino, 2005) sin hipotecar gravemente su calidad paisajística, territorial y ambiental, y teniendo muy presente su sostenibilidad y adaptación a los cambios de coyuntura turística (Vera et al., 1997).

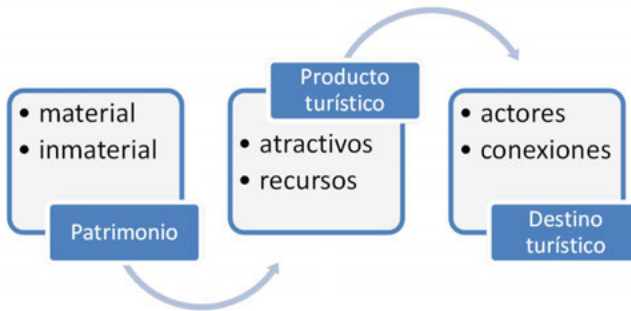
FIGURA 3
Esquema de las interrelaciones entre patrimonio y turismo



Fuente: elaboración propia

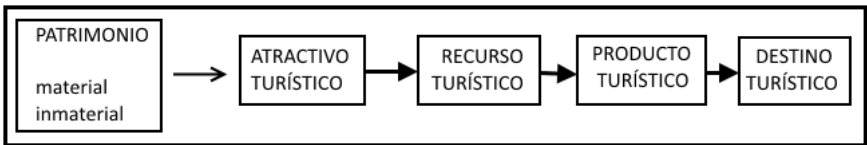
Llegados es este punto, es importante señalar las diferencias entre atractivo turístico, recurso turístico, producto turístico y destino turístico (Figuras 4 y 5). Así, siguiendo a Navarro (2015), el atractivo turístico puede definirse como el conjunto de bienes materiales e inmateriales que están a disposición del ser humano (patrimonio) y que por su atracción son susceptibles de convertirse en una atracción turística. A su vez, un recurso turístico es el conjunto de bienes y servicios con características relevantes y que por medio de la actividad humana hacen posible la actividad turística con el objetivo de satisfacer las necesidades de la demanda. Así mismo, un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades. Por ello, el producto turístico engloba los recursos turísticos convertidos en atracción turística, los alojamientos turísticos y los restaurantes, dentro de la experiencia vivida, incluyendo la obtención de información previa al viaje, la comparación de destinos y de ofertas, la planificación del viaje, la reserva de transportes y alojamientos, la información obtenida sobre el destino escogido, las guías turísticas, el propio viaje, la interacción con la población local y, finalmente, compartir la experiencia (fotos, vídeos, comentarios en las redes sociales, etc.). Finalmente, el destino turístico es el espacio físico donde se encuentran los productos turísticos, los recursos turísticos y las actividades de soporte. Por ello en esta investigación, consideramos que el valor de los territorios de interior para su desarrollo turístico se basa en la creación y valorización de los mismos como destino turístico.

FIGURA 4
Esquema de las relaciones patrimonio-producto-destino turístico



Fuente: elaboración propia

FIGURA 5
Esquema global de conceptos turísticos



Fuente: elaboración propia

2.1.2. Innovación y Competitividad

En este apartado nos centramos en los conceptos de innovación y competitividad de un destino turístico. Según la OCDE (2010), innovación es la búsqueda, diseño, desarrollo y comercialización de nuevos productos y procesos; incluyendo los procedimientos y las estructuras organizativas. Abernathy y Clark desarrollaron en 2002 un modelo basado en la evolución de la innovación turística⁶, donde se consideraban cuatro tipos de innovación: la regular, el nicho, la revolucionaria y la estructural. En el primer caso, el objetivo es mejorar los procedimientos y procesos, la calidad y la productividad. En el segundo, el nicho, se orienta a establecer nuevas alianzas comerciales, facilitando la entrada de nuevos emprendedores y creando nuevos productos a partir de la combinación de otros ya existentes. En el tercero, la revolucionaria, se orienta a aplicar nuevas tecnologías y nuevos

6. Este modelo fue criticado por otros autores, como Hjalager (2002), ya que lo consideraban demasiado descriptivo y estático, sin embargo se ha revelado muy útil a la hora de planificar mejoras en un destino turístico.

métodos. En el cuarto, el objetivo es realizar una renovación profunda, redefiniendo las infraestructuras físicas y legales, estableciendo centros de excelencia y poniendo en marcha un nuevo marketing.

Por otra parte, la elección de un destino turístico supone para el turista la renuncia a ir a otros destinos potenciales, de ahí que la competitividad sea uno de los objetivos prioritarios de los destinos. No basta con que el destino posea ventajas comparativas sino que es necesaria, una gestión eficiente de sus recursos para que se conviertan en ventajas competitivas (Sánchez Rivero, 2006).

Para Murphy (2000), la competitividad de un destino turístico puede definirse como un conjunto de productos y oportunidades que se combinan para formar una experiencia global del territorio visitado. Por su parte, Hassan (2000) la define como «la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores» (Hassan, 2000: 239). A su vez, D'Hartesse, (2000) señala que la competitividad es «la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado (...) y mejorarla a lo largo del tiempo» (D'Hartesse, 2000:23). Por su parte, Crouch y Ritchie (1997) sostienen que el análisis de la competitividad debe centrarse en la prosperidad económica del destino y Dywer et al. (2000) consideran fundamental la competitividad en precios. Otros autores, como Schmallegger y Carson (2008) o Pedreño y Ramón (2009), resumen la competitividad como la capacidad de adaptación ante condicionantes cambiantes del entorno, por lo que las nuevas tecnologías de la información desempeñan un papel crucial no sólo como medio de conocimiento y pago de viajes y estancias sino también como modo de interactuar los turistas con los recursos y con la comunidad local.

La competitividad de un destino turístico depende de cuatro variables:

a) las condiciones de los factores productivos (los recursos naturales, culturales, humanos, de capitales, de conocimiento, las infraestructuras y la superestructura del turismo) (Porter, 1990; Crouch y Ritchie, 1997).

b) la existencia de unos turistas cada vez más experimentados y exigentes, lo que estimulará el perfeccionamiento y la innovación en los productos y servicios turísticos y la eficiencia empresarial, teniendo en cuenta la necesidad de disponer de una mínima masa crítica de visitantes que haga económicamente viable la oferta.

c) unas actividades y servicios complementarios que permitan una interacción rápida y constante entre todos los actores involucrados con el turismo.

d) la dinámica relacional generada de manera normativa o no entre los actores. Otros dos factores que, según Rodríguez (2001), también pueden influir en la competitividad son la casualidad y el papel de las Administraciones Públicas.

Sea cual sea el enfoque desde el que se considere la competitividad de los destinos turísticos, es importante diferenciar entre ventajas comparativas y competitivas. Las primeras se refieren a los factores y recursos presentes en el territorio, sean naturales o antrópicos (Crouch y Ritchie, 1997). Para Porter (1990), estos factores pueden clasificarse en cinco categorías: recursos humanos, recursos físicos, recursos de conocimiento, recursos de capital e infraestructuras. Sin embargo,

las ventajas competitivas también incluyen los recursos culturales y la superestructura turística (Sánchez Rivero, 2006). Además, hay que tener en cuenta que estos recursos y factores pueden evolucionar en el tiempo, alterando sus ventajas o desventajas. Así pues, como que otros destinos también pueden realizar una propuesta turística similar, la competitividad de un determinado destino debe basarse en su sostenibilidad medio-ambiental, económica y sociocultural, con especial énfasis en los recursos que posee y que explican su especialización en determinadas actividades turísticas en las que dicho destino se muestra innovador y comparativamente más eficiente (Rodríguez, 2001).

Recientemente diversos autores (Nordin, 2003; Barozet, 2004; Prats, 2005; Novelli et al., 2006; Shih, 2006; Elorie, 2009; Merinero y Pulido, 2009; Hernández, 2011; Merinero, 2011; Prat, 2013) han demostrado la existencia de una correlación entre el grado de desarrollo del turismo en un determinado destino y la dinámica relacional generada por los actores implicados con el mismo. Así, una dinámica relacional intensa, con relaciones estables y articuladas formalmente, es esencial en la gestión activa de cualquier destino turístico. Esta dinámica relacional se basa en la creación y consolidación de una red social entre los agentes involucrados con el desarrollo de una actividad turística en el destino, creando un conjunto de nodos (personas y organizaciones) vinculados mediante una determinada relación y generando un flujo entre ellos, directamente o a través de otros terceros nodos. Por ello, cuanto mayor sea el número de vínculos existentes en la red, mayor será su conectividad e integración (Scott et al., 2008; Elorie, 2009; Hernández, 2011). Dichas relaciones pueden ser formales o informales, estables o inestables, materiales o inmateriales, conscientes y aceptadas (Fernández Quijada, 2008).

2.1.3. Sostenibilidad y desarrollo sostenible

A continuación profundizamos en los conceptos de sostenibilidad y desarrollo sostenible del turismo. Considerando que el capitalismo se ha basado en un crecimiento económico ilimitado y en el beneficio inmediato, sin respetar el equilibrio ecológico y las necesidades futuras. En los últimos años han aparecido opiniones que cuestionan esta noción de desarrollo. Este post-desarrollo trata de reducir la dependencia economicista y recuperar la sostenibilidad ecológica y la equidad social en una nueva cultura del bienestar, no basada en la acumulación de capital (Latouche, 2008). No se debe olvidar que la compleja estructura del turismo y su conexión con otras actividades, así como una afluencia masiva de visitantes, pueden provocar importantes impactos en el destino, tanto económicos como socioculturales y medioambientales (Amat, 2013). Estos impactos dependen de una serie de factores interconectados, como son el estado de conservación y las características particulares del entorno local, el tipo de turismo que se impulsa y la capacidad de la comunidad local de gestionar los recursos. (Fullana y Ayuso, 2002).

Durante décadas el turismo ha sido alabado por los beneficios económicos que aporta mediante un efecto multiplicador a otras actividades económicas locales. Por ello, las primeras investigaciones sobre los efectos del turismo se limitaban

a describir las repercusiones positivas que tenía el desarrollo turístico en los territorios. Más recientemente, también se ha reconocido que el turismo lleva asociado igualmente una serie de costes para el destino (OMT, 1998; Murphy, 2000; Fullana y Ayuso, 2002). Así, entre los principales impactos económicos positivos que genera el turismo cabe destacar: los ingresos obtenidos directamente de los visitantes, los proveedores y los servicios de apoyo; la creación de empleo directo, indirecto e inducido; la renta obtenida por los residentes en forma de salarios, dividendos e intereses; el aumento de la demanda de bienes locales; la mejora de las infraestructuras; el aumento de la renta local y una mejora en su distribución. A su vez, entre los impactos negativos cabe destacar: los costes de oportunidad; los costes derivados de las fluctuaciones de la demanda; y una posible inflación derivada de la actividad turística.

La actividad turística también constituye un marco en el que entran en contacto personas con bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, produciéndose impactos socioculturales. Entre los positivos destacamos: la valorización, preservación y rehabilitación de monumentos, edificios y lugares históricos; la creación de museos de interés cultural; la revitalización de formas de arte (música, literatura, teatro, danza, etc.), tradiciones locales (artesanía, festivales, folklore, gastronomía, etc.) y el intercambio cultural entre visitantes y residentes. Entre los negativos: un posible aumento de los problemas sociales (prostitución, drogas, robos, etc.); una mercantilización extrema de las tradiciones locales, sus creencias, valores sociales y normas; y una tematización-artificialización de los lugares más emblemáticos del territorio.

Además, el turismo también suele incidir sobre el medio ambiente en destinos que en muchos casos presentan unos ecosistemas frágiles, que corren el riesgo de una rápida e irreversible degradación. Así, entre los impactos positivos se puede destacar: la creación de reservas naturales; la restauración de hábitats; y la preservación de senderos. Entre los negativos: los problemas relacionados con el tratamiento de los residuos; el masivo consumo de energía y agua; la contaminación de las aguas y del aire; la contaminación acústica, visual y luminotécnica; la erosión de los suelos (causando compactación y aumento de escorrentía superficial, aumento de riesgo de desprendimientos y daños a estructuras geológicas); los daños a edificios de valor patrimonial; la destrucción de hábitats naturales; cambios en la diversidad de especies y en las migraciones; eliminación de animales por la caza o para el comercio de objetos de recuerdo; los daños en la vegetación por pisadas o por el tránsito de los vehículos; el agotamiento de las aguas subterráneas; la proliferación de incendios; un aumento de la desertización; y una urbanización masiva no integrada con el entorno, el paisaje y la arquitectura tradicional del país, pudiendo todo ello provocar importantes cambios en el en el paisaje y en territorio.

Por ello, en estas últimas décadas se ha extendido el concepto de desarrollo sostenible, que se basa en asegurar las necesidades actuales de la población sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades, tal como se especificó en 1987 en el Informe Brundtland (OMT, 1998). De este modo, a partir de los conceptos de sostenibilidad y desarrollo sostenible, aparece el concepto de «desarrollo sostenible del turismo», con el objetivo

de que esta actividad pueda mantenerse en el tiempo, para lo cual es necesario obtener la máxima rentabilidad posible pero, a la vez, protegiendo los recursos naturales y patrimoniales que lo sostienen e involucrando a la comunidad local (Pérez de las Heras, 2008; Vera et al., 2011). La OMT (2008) define el desarrollo sostenible del turismo como «la satisfacción de las necesidades de los turistas y de los territorios, protegiendo y mejorando las oportunidades del futuro», es decir, conseguir la permanencia a largo plazo dentro de un mercado de referencia.

El desarrollo sostenible del turismo no solamente ayuda a conservar los recursos sino también los antecedentes económicos, sociales y culturales del territorio (Vera et al., 2011). Para ello es necesaria la participación de todos los sectores de la sociedad en la toma de decisiones y en la diferenciación de responsabilidades (Butler, 2011). Se trata de un nuevo paradigma que intenta descolonizar el imaginario colectivo, abandonar el crecimiento por el crecimiento, recuperar la autonomía y la participación local en las tomas de decisiones, reducir la huella ecológica, impulsar la economía local, administrar las limitaciones de los ecosistemas consumiendo solamente lo necesario y mejorar la equidad social (Cooper et al., 2008; Amat, 2013). Este enfoque se alinea con la postura de Hunter (2002), que sustituye la concepción idealizada de un sistema en equilibrio por un paradigma flexible y adaptable a las circunstancias específicas de cada lugar.

Ante esta nueva situación, el desarrollo turístico de un destino debe ser equilibrado y sostenible. Equilibrado para erradicar la desigualdad causada por la deslocalización industrial y el despoblamiento de los territorios en declive económico. Sostenible para utilizar de manera racional los recursos existentes en el territorio (naturales, patrimoniales, económicos y sociales), dejando la suficiente capacidad de carga para uso y disfrute de las futuras generaciones (Sabaté, 2004), generando nuevos ingresos para las economías locales, recuperando y valorizando espacios abandonados o degradados, creando otros nuevos para el ocio y la recreación y ayudando a mejorar el entorno medioambiental y el paisaje (Fullana y Ayuso, 2002; Priestley y Llurdés, 2007; Vargas, 2009; Pardo, 2010; Vera et al., 2011).

2.1.4. Clúster turístico

A continuación analizamos el concepto de clúster; que puede definirse como una concentración espacial de empresas e instituciones que están interconectadas y relacionadas a través de un determinado sector o producto, generando complementariedades y beneficios comunes (Porter, 1990). Dichas empresas pueden competir entre sí pero también cooperan. En el caso de un clúster turístico, puede considerarse un espacio geográfico en el que interactúa de forma estable e interrelacionados un grupo de agentes alrededor del producto turístico. De este modo, un clúster no es una unidad estática sino que a lo largo del tiempo surge, se transforma y puede desaparecer.

Tal como indican Cruz y Teixeira (2010), el estudio de la evolución dinámica de los clústeres y de las fases de su ciclo de vida ha sido tratado recientemente por la literatura y generalmente desde una perspectiva industrial (Brenner, 2004; Suire y

Vicente, 2009; Crespo, 2011; Martin y Sunley, 2011; Wang et *al.*, 2013). Los estudios desde la economía geográfica (Crespo, 2011; Boschma y Fornahl, 2011) ponen el énfasis en la conceptualización del clúster como un todo, profundizando en los aspectos económicos y/o territoriales. Por su parte, Menzel y Fornahl (2010) analizan la evolución del clúster teniendo en cuenta la interacción de la heterogeneidad de las organizaciones, sus diferentes bases de conocimientos y sus capacidades de aprendizaje. A su vez, autores como Boschma y Wenting (2007), Belussi y Sedita (2009) o Hervás-Oliver (2014) señalan que la evolución del clúster depende de las estrategias desarrolladas, la dinámica relacional de los agentes y la capacidad de formación y transformación de las empresas allí localizadas, además de los aspectos contextuales de los territorios en los que se alojan. Por su parte, Weidenfeld, Butler y Williams (2011) analizan el clúster desde el punto de vista de la cooperación entre los actores y las complementariedades así obtenidas y, mientras que Parra y Santana (2011) lo hacen focalizándose básicamente en la innovación turística, Gormsen (1981, 1997) trabajaba ya el proceso evolutivo a partir de los resorts turísticos litorales.

Las características de las etapas del ciclo de vida de un clúster varían según los autores que analizan el fenómeno (Van Klink y De Langen, 2001; Lorenzen, 2005; Menzel y Fornahl, 2010), aunque todos coinciden en que las fases fundamentales son: inicio, crecimiento, madurez y declive. Así, al principio de su desarrollo el clúster suele estar formado por pequeños establecimientos poco relacionados entre sí. Después, la mayor cooperación entre los establecimientos, el aumento de las relaciones con los otros agentes presentes en el territorio y la propia competitividad ayudan a su consolidación. En consecuencia, en la fase de inicio aún no se ha definido un punto focal, por lo que cada establecimiento entrante incrementa la heterogeneidad del clúster, la cual sólo se reduce cuando éste alcanza una determinada masa crítica. El reducido número de establecimientos presentes hace que no existan todavía fuerzas de aglomeración y que las redes relacionales sean inestables (Ter Wal y Boschma, 2011). Al no estar consolidado, su futuro es incierto. Si sobrevive, poco a poco aumenta el número de establecimientos turísticos, por lo que el clúster se va consolidando, disminuyendo la incertidumbre y la heterogeneidad de la fase anterior, estabilizándose las relaciones en las redes, aumentando la especialización y la innovación y generándose sinergias positivas entre sus miembros (economías de aglomeración). Con el tiempo crece la imitación y la competencia, y el potencial de innovación se reduce debido a la fuerte especialización y la concentración en unas pocas empresas. El clúster, ya estabilizado, se encuentra en una fase de madurez, donde la competencia es principalmente por precio, lo que puede conducirle a su declive, provocando que las empresas menos eficientes se marchen y entren otras nuevas. En este caso el clúster tiene pocas entradas pero muchas salidas, presentando una alta especialización y unas redes cerradas y con relaciones muy estables. Finalmente, el clúster puede entrar en una nueva fase de renovación, con nuevas innovaciones, nuevos crecimientos y nuevas relaciones (Menzel y Fornahl, 2010; Crespo et *al.*, 2014). En este sentido habrá mostrado su resiliencia frente a las dificultades.

Así pues, en los párrafos anteriores hemos apuntado que se ha producido un cambio en la sociedad, donde han influido una serie de factores exógenos al sistema turístico más que las propias acciones endógenas (Álvarez, 2004; Navarro, 2015). Así, primero ha habido un aumento del consumo turístico y del consiguiente gasto en actividades de ocio, favorecido por la mayor disponibilidad de tiempo libre y el mayor poder adquisitivo de la población, las nuevas tecnologías, los medios de transporte y los viajes «low-cost», los cambios en las estructuras demográficas (población envejecida pero con disponibilidad para viajar, familias post-nucleares, etc.), el mayor nivel cultural, la publicidad y la promoción de la imagen de los destinos, el cada vez más importante papel de los hijos en la elección de los viajes, la globalización, las nuevas corrientes ideológicas (como la sostenibilidad medioambiental, la equidad social y la búsqueda de la autenticidad cultural), la mayor experiencia de los turistas, el aumento del individualismo y de la necesidad de personalizar los viajes, los cambios en los roles sociales (ser diferentes de la vida cotidiana, desencorsetarse temporalmente de las clases sociales históricas), los valores post-materialistas, la necesidad de interconectarse con otras culturas, la polarización de los gustos (comodidad y seguridad en los viajes frente a aventura y riesgo), la búsqueda de nuevas emociones y la emergencia de una nueva «sociedad del ensueño», donde lo importante es fabricar productos basados en aspectos diferenciales que añadan distinción a la calidad del proceso.

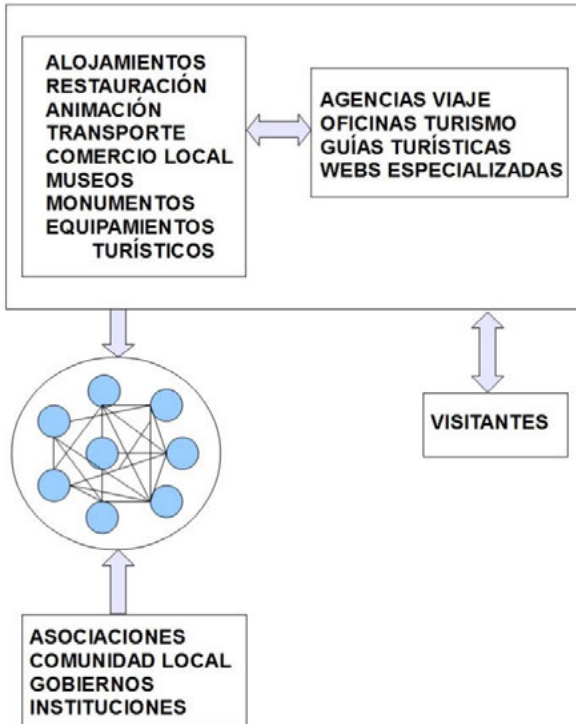
Después, con la crisis económica de estos últimos años, en nuestra sociedad, donde priman las experiencias vividas, las sensaciones inolvidables y las emociones profundas (Navarro, 2015), la pérdida de renta disponible ha provocado la necesidad de elegir detalladamente los destinos turísticos teniendo muy en cuenta el coste de los viajes pero sin abandonar la actividad turística. Los riesgos actuales son distintos a los del pasado y el turismo está afectado por ellos, como por ejemplo la posibilidad de desastres ecológicos, los actos terroristas y las guerras. Sin embargo, con el tiempo el turismo es una actividad que se recupera y suele seguir el camino que se esperaba antes de las crisis (Vélez, 2010).

Además, también están cambiando los gustos de la demanda extranjera, que inicialmente venía a España atraída por el sol y la playa, pero que ahora desea consumir también otros productos turísticos basados en aspectos diferenciales de los lugares, principalmente el aspecto natural y cultural, y reclamando una mayor actividad en lugar de la tradicional pasividad de la visita (Tynsley y Lynch, 2001).

Ante este nuevo contexto también es muy importante tener en cuenta la satisfacción que experimenta el turista con el diseño del viaje en todas sus fases («pre», «durante» y «post») ya que puede repetir la visita y, lo que es más importante, puede ser un buen prescriptor del destino para futuros visitantes. Al respecto, no hay que olvidar que el concepto de satisfacción tiende a definirse como un juicio de naturaleza cognitiva-afectiva que se deriva de la experiencia del individuo con el servicio turístico y con sus experiencias previas, ya que es la respuesta que éste da a un proceso cognitivo donde compara el viaje realizado con sus expectativas (Castaño et al., 2006). Por ello es fundamental que los agentes locales involucrados con el desarrollo del turismo conozcan cuales son estas experiencias, pues adquieren gran importancia en la formación de la satisfacción del consumidor.

Así, los territorios de interior dinámicos, con el objetivo de diversificar su economía, apuestan por favorecer el turismo sostenible a partir de sus recursos naturales y culturales. Incorporan los nuevos gustos de los consumidores y los cambios sociales, de manera que, en estos destinos se pueda formar un clúster alrededor de un determinado producto turístico. El clúster deberá contar con un conjunto de productores (equipamientos turísticos, alojamientos, restauración, transportes, animación, museos, monumentos y edificios singulares, comercio local), distribuidores y/o facilitadores del viaje (agencias de viaje, portales especializados de internet, guías turísticas, oficinas de turismo) y consumidores (visitantes y turistas) (Figura 6). En dicho clúster se acabaran estructurando redes sociales entre los agentes, generándose relaciones de colaboración entre todos los agentes involucrados con este turismo (Gunn, 1994; Tynsley y Lynch, 2001).

FIGURA 6
Esquema de clúster turístico



Fuente: elaboración propia

En algunos territorios puede ser de utilidad un enfoque basado en los micro-clústeres turísticos. Se trata de una concentración geográfica de un pequeño número de establecimientos relacionados con un producto turístico en un determinado

espacio. De este modo las interacciones de complementariedad generadas ayudan a desarrollar dicho producto gracias a la combinación de servicios que proporcionan una experiencia singular al turista. Este tipo de clústeres se benefician de las economías de escala, amplían la base del mercado y diversifican la gama de posibilidades de las actividades económicas del territorio. Su éxito dependerá de la capacidad que tenga la comunidad local para desarrollar actividades complementarias entre los agentes incorporados al micro-clúster. (Michael, 2007; Sáez, 2009).

El modelo micro-clúster turístico, se orienta a obtener beneficios socioeconómicos relativamente rápidos en las comunidades de las zonas interiores que se han visto afectadas por un declive socioeconómico y presentan escasas posibilidades de crecimiento a largo plazo. El clúster, ayuda a posicionar competitivamente un destino a través de la especialización en nichos de mercado. Pero como señala Michael (2007), para iniciar la formación de un micro-clúster es necesario encontrar el mecanismo que aglutine un conjunto de actividades complementarias. Por ello, en el contexto actual los micro-clústeres pueden constituir un marco que proporcione a las pequeñas empresas turísticas oportunidades innovadoras para operar localmente con ciertas garantías de éxito a medio plazo, aunque para que esto suceda es necesario que la comunidad local se implique con intensidad en las actividades turísticas (Sáez, 2009). Es necesario ser realistas y no olvidar que las actuales dinámicas acaparadoras, concentradoras y desposeedoras del mercado capitalista neoliberal plantean las mismas contradicciones y amenazas de turistización, también en los espacios de interior, y obligan a desarrollar estrategia de readaptación con alto nivel de innovación y resiliencia; nunca fáciles de conseguir.

2.2. Resiliencia territorial. Conceptos y características

Un destino turístico se caracteriza por su pertenencia a un sistema complejo, con una estructura reticular supra-local donde se interconectan los distintos actores que forman parte del sistema (Comas y Guía, 2005; Heidsieck y Pelletret, 2012; Amat, 2013) y donde los espacios en que se mueven dichas relaciones son variados (Yeung, 2000). Cualquier impacto es un suceso más o menos inesperado, o una sucesión de eventos naturales o antrópicos, de carácter interno o externo, positivos o negativos. Esta situación de impacto puede generar una crisis con mayor o menor consecuencias en función de la resiliencia del destino (Amat, 2013). Las crisis o incidencias pueden provocar un cambio más o menos sustancial en el destino, afectando al medio ambiente, al paisaje, a los visitantes, a los agentes y a la comunidad local. En cuanto al turismo, el conjunto de factores externos que generan crisis y que afectan a este sector es muy variado, por ser un sector transversal con influencia en otros muchos sectores (Goeldner et al., 2000)⁷.

7. Sin embargo, la sensibilidad del turismo a un amplio abanico de factores no hace a la industria turística más débil que otras, pues se ha comprobado que el sector turístico es una industria resistente ante las crisis y su recuperación es más rápida que en otros sectores (Pike, 2004).

Ante esta circunstancia, el concepto de resiliencia⁸ ha adquirido gran interés para los investigadores en turismo, por la necesidad de comprender la capacidad de la sociedad para hacer frente a las crisis, alteraciones y cambios. (Farrell y Twining-Ward, 2004; Ritchie, 2004, 2009; De Sausmarez, 2007; Paraskevas y Arendell, 2007; Plumer y Armitage, 2007; Smith y Henderson, 2008; Stadel, 2008; Tyrrell y Johnston, 2008; Chang, 2009; Sancho y Vélez, 2009; Strickland-Munro, Allison y Moore, 2010; Biggs, Hall y Stoeckl, 2011; Hague, 2011).

Las sucesivas crisis económicas y medioambientales, el uso de las nuevas tecnologías, la mejora en las comunicaciones, el cambio en procesos y procedimientos industriales, la aplicación de nuevos materiales y los cambios demográficos han tenido gran repercusión en los territorios, especialmente en los de interior. Así, por ejemplo, áreas cuya actividad estaba centrada en la industria han experimentado una fuerte crisis, cambio y declive lo que ha comportado un declive económico, social y territorial, con el cierre de fábricas y minas, paro y emigración. Sin embargo, con el tiempo estos territorios han emergido con su propia resiliencia, produciéndose una reconversión de las actividades económicas, de modo que en algunos casos se han revertido o minimizado dichos impactos, estabilizando la población, mejorando su calidad de vida y aumentando la cohesión social interna. Este enfoque socio-ecológico de la resiliencia territorial, que ha sido abordado académicamente por autores como Hopkins (2008, 2010), Cork (2009), Edwards (2009), Hudson (2010), Polèse (2010) y Wilding (2011), establece nuevos escenarios de estabilidad social, económica y ambiental (Walker, Holling y Carpenter, 2004).

En el ámbito territorial la resiliencia puede definirse como la capacidad de un territorio para crecerse ante los retos (Amat, 2013). Un destino turístico es resiliente si se constituye en un espacio geográfico homogéneo, que sea atractivo para visitar, tenga una oferta estructurada de atractivos turísticos, presente una imagen de marca integradora y cuente con una planificación estratégica que favorezca el desarrollo y la promoción del destino desde el sector público y privado incorporando a la mayoría de los actores (Cànoves, et. al, 2014) (comunidad local, organizaciones empresariales, instituciones públicas, gobierno local y regional, asociaciones locales, centros de investigación y turistas) (Valls, 2004). Para Hopkins (2008) la resiliencia de un territorio está en función de la diversidad de los actores involucrados, los usos y estrategias, la modularidad (la gestión participativa) y su capacidad de retroalimentación. Sin embargo, para Hudson (2010) la resiliencia

8. Inicialmente se consideraba la resiliencia como la capacidad de resistencia de un material y su grado de recuperación de la situación previa tras un disturbio o impacto. Este concepto, básicamente físico, ha ido evolucionando con el tiempo, pasando a considerarse como la capacidad de resistir y adaptarse a una nueva situación que le refuerza y disminuye su vulnerabilidad. Es decir, se ha pasado del concepto de «volverá» al de «adaptarse y mejorar». Así pues, la resiliencia analiza la capacidad de un sistema para absorber perturbaciones y reorganizarse mientras experimenta el cambio, conservando esencialmente la misma función, estructura e identidad (Walker, Holling y Carpenter, 2004; Gutiérrez, 2013).

depende de la huella ecológica, la autosuficiencia y el grado de vulnerabilidad ante los impactos internos y externos⁹.

Para la Resilience Alliance (2007) la resiliencia depende de: los flujos metabólicos de la huella ecológica (bienestar para el consumidor-residuos); las dinámicas sociales, demográficas (densidad-migraciones-envejecimiento-dependencia) y socio-laborales (empleo-especialización-productividad-igualdad-formación); las características del medioambiente construido (usos del suelo-usos económicos-paisaje); y las redes de gobernanza (colaboración y participación de los agentes-participación comunitaria en la gestión local-distribución de los servicios-identificación autóctona). Como puede apreciarse, bajo este enfoque socioecológico la resiliencia da gran importancia a la conservación y equilibrio de los ecosistemas y a la calidad de vida, aumentando la participación de la comunidad local en la gobernanza del territorio y promoviendo un acceso equitativo a los recursos y servicios (Amat, 2013).

Otro enfoque es el economicista neo-liberal (Hudson, 2010; Méndez, 2012), que considera que el desarrollo económico de un territorio está sujeto a todo tipo de interrupciones y disfunciones, por lo que se producen recesiones económicas cíclicas, entradas de nuevos competidores, cierre de fábricas y cambios tecnológicos importantes (Simmie y Martin, 2010). Bajo este enfoque la resiliencia es la capacidad de volver a un equilibrio estable anterior o asentarse en un nuevo estado después de un disturbio (Christopherson et al., 2010; Méndez, 2012). Este enfoque se focaliza en las mejoras en el empleo, las tasas de crecimiento, el Producto Interior Bruto (PIB), la renta disponible, el consumo, las inversiones, la formación, la tasa de paro, la calidad de vida, el flujo demográfico, la productividad, la flexibilización y la diversificación industrial (Ficenec, 2010). Autores como Polèse (2010) añaden el buen clima empresarial y una buena posición del área de mercado.

De este modo la resiliencia de un territorio depende de las estructuras heredadas (infraestructuras, equipamientos, empresas, nivel de formación), los agentes (empresarios, trabajadores, sector público, sociedad civil), los recursos (humanos, financieros, naturales, patrimoniales), la dinámica relacional interna y externa (generando capital social), la capacidad de absorber conocimiento y mejorar el grado de influencia, la competencia interterritorial, las inversiones externas, la innovación material y social y la gobernanza y las estrategias locales.

Otros autores, como Sancho y Vélez (2009) y Biggs, Hall y Stoeckl (2011), definen la resiliencia como la capacidad de los sistemas turísticos para recuperar

9. Así, por ejemplo, si nos fijamos en la huella ecológica (la generación de recursos menos el consumo de recursos más la producción de residuos y menos la absorción de residuos), actualmente a nivel mundial hay un déficit ecológico del 50% (es decir, está predominando la generación de residuos), aunque con un fuerte desequilibrio territorial en el consumo de recursos y en la producción de residuos, ya que el consumo en los países desarrollados es de 3,2 a 9,6 Ha/persona mientras que en los países en vías de desarrollo es de 0,5 Ha/persona (Amat, 2013).

los equilibrios ante cualquier perturbación o para absorber esfuerzos o fluctuaciones externas teniendo en cuenta sus habilidades autoorganizativas. Por su parte, Ficenc (2010) plantea una serie de factores orientados a una mayor resiliencia basados en la estructura económica de los territorios, como es la presencia de un capital humano altamente cualificado, el capital organizativo y el potencial de sus industrias; así como su diversidad y flexibilidad. Asimismo, para Méndez (2012, 2013), la capacidad de resiliencia de un territorio se compondrá, en primer lugar, de sus recursos materiales (sus infraestructuras y equipamientos, sus recursos naturales y culturales, su capital productivo en forma de empresas, o su capital humano en forma de niveles formativos). En segundo lugar se sitúan los actores (sector público, empresarial y sociedad civil), cuya densidad y presencia desigual condicionará las posibilidades de enfrentar las situaciones de crisis. En tercer lugar, las redes socioeconómicas (capital social y gobernanza) refuerzan la competitividad del entorno y facilitan la cooperación, ayudando a generar el sentido de comunidad e identidad e interconectándose con otras redes exteriores y multiescalares. En cuarto lugar, las estrategias locales y el esfuerzo innovador material y social, incluyendo una participación más activa de la población en las tareas de gestión.

Abundando en este tema, Amat (2013) indica que el crecimiento ilimitado es imposible («un crecimiento infinito es incompatible con un Planeta finito», Latouche, 2008) y la sobrepoblación urbana y una amplia urbanización territorial multiplican los flujos migratorios, produciéndose una gran modificación antrópica del suelo y creciendo el consumo de agua y energía, multiplicándose los residuos, expandiéndose el uso de las nuevas tecnologías, especialmente la informática y las telecomunicaciones, mejorando las infraestructuras y los transportes, aumentando el comercio internacional y la producción industrial a gran escala y produciéndose importantes cambios en el sistema ecológico, con un alto riesgo de sobrepasar su umbral de seguridad (cambio climático, acidificación de los océanos, pérdida de ozono en la atmósfera, reducción de la cantidad disponible de agua dulce, pérdida de biodiversidad, cambios en la cobertura del suelo, contaminación química y atmosférica y cambios en los ciclos del nitrógeno y del fósforo) (Rockström et al., 2009). Por ello, en la actualidad se ha modificado el concepto de resiliencia territorial, la cual ha pasado a ser considerada como la suma de los dos enfoques económico y socioecológico, ya que un desarrollo sostenible no está ligado inevitablemente a un crecimiento sostenido y un cambio de rumbo puede también convivir con un decrecimiento (Taibo, 2009).

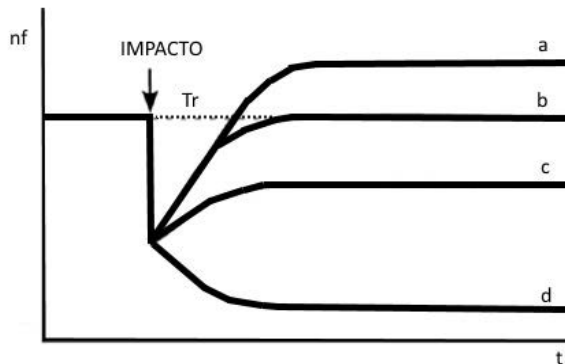
Ante esta situación se han desarrollado dos tendencias en la aplicación del concepto de resiliencia en los estudios territoriales. La primera corresponde a las respuestas que ofrecen los territorios frente a los desastres coyunturales de origen natural o humano, mientras que la segunda se refiere a la capacidad de las entidades territoriales para enfrentar procesos de declive y transformarse, iniciando una nueva etapa en la que se entremezclan rasgos heredados del pasado, transformados total o parcialmente, junto con otros nuevos (Polèse, 2010; Méndez, 2012). Por todo ello es fundamental que el desarrollo turístico de un destino sea sostenible medioambiental, económica y socioculturalmente, con nuevos productos que sean

competitivos, satisfagan las nuevas demandas de los turistas y tengan la suficiente capacidad de atracción de los flujos globales de capital (Hudson 2010).

A nivel comunitario enfocarse en la resiliencia significa poner mayor énfasis en qué es lo que las comunidades (en nuestro caso los destinos y/o clústeres turísticos) pueden hacer por sí mismas y cómo se pueden fortalecer sus capacidades, antes que concentrarse en su vulnerabilidad ante el desastre o sus necesidades en una emergencia. Además, el nivel de resiliencia de una comunidad también está influido por capacidades existentes externas, tales como las infraestructuras públicas y las actividades socioeconómicas y políticas con el mundo que las rodea (Gutiérrez, 2013).

No hay que olvidar que ante cualquier perturbación¹⁰ un destino puede responder de forma diferente, teniendo en cuenta que cuanto mayor es la resiliencia menores son los cambios (Simmie y Martin, 2010). Así, en la Figura 7 se puede observar como el nivel de funcionamiento de un destino turístico consolidado y estable (nf), después de recibir el impacto, y al cabo de un cierto tiempo para su mayor o menor recuperación (Tr), puede seguir diferentes alternativas: mejorar el nivel de funcionamiento que tenía antes de recibir el impacto (a); recuperar el nivel anterior («reequilibrio») (b); sobrevivir con un nivel algo inferior (c) o declinar (d) (Lew, 2012).

FIGURA 7
Posibles alternativas de recuperación ante un impacto en un destino consolidado y estable

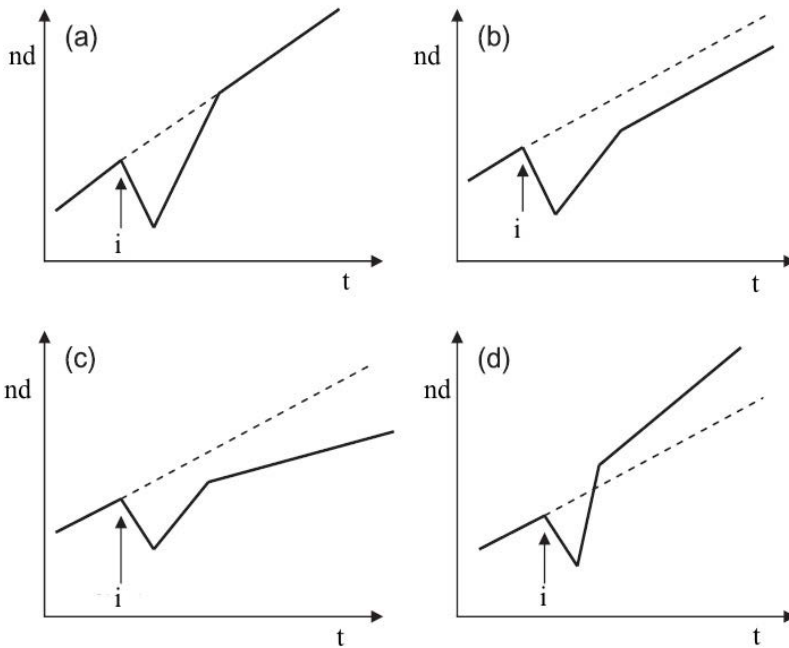


Fuente: Lew, 2012

10. Para Sharpley (2005) las fuerzas externas que amenazan al turismo son cinco: factores políticos, terrorismo, seguridad, protección personal, factores económicos y desastres naturales-medioambientales, aunque para Muñiz y Brea (2010), a pesar de que los tipos de crisis están vinculados a la seguridad, higiene, tecnología, gestión y desarrollo de los destinos turísticos, es difícil disminuir la aparición de las crisis, lo que dificulta la definición de los tipos de crisis que se podrían desarrollar, debido al gran número y tipo de éstas.

En el caso de un destino con un desarrollo creciente y consolidado, después del impacto (i) pueden presentarse diversas alternativas (Figura 8) en la evolución del nivel de desarrollo (nd) del destino. Así, en el caso (a) se observa como después del disturbio, y del consiguiente tiempo de recuperación, el nivel de desarrollo retorna a la situación anterior de crecimiento estabilizado. En el caso (b) se presenta un decrecimiento posterior estabilizado y en el caso (c) hay un decrecimiento posterior no estabilizado. Finalmente, en el caso (d) hay un fuerte crecimiento posterior no estabilizado, pero superior al ritmo de crecimiento que había antes de producirse la perturbación. Además, los casos (b), (c) y (d) muestran como los impactos causan un cambio del sistema hacia otro régimen de conducta, mientras que en el (a) se regresa al mismo régimen anterior. Sin embargo, en el caso (b) el nuevo régimen se encuentra estabilizado, aunque con un crecimiento inferior anterior al impacto; lo que es típico de un enfoque ecológico donde predomina la adaptabilidad, ya que este tipo de sistemas tienden por naturaleza a un nuevo equilibrio después de un disturbio, mientras que los sistemas con un enfoque económico crean ciclos adaptativos ecológicos evolutivos, con cambios permanentes que dependen de las acciones de cada agente individual (Holling y Gunderson, 2002; Pendall et al., 2010; Simmie y Martin, 2010).

FIGURA 8
Posibles respuestas ante un impacto en un desarrollo territorial creciente



Fuente: Simmie y Martin, 2012

A su vez, Simmie y Martin (2010) y Martin (2012) afirman que es posible integrar el concepto de resiliencia en la nueva Geografía Económica Evolucionista si se opta por su acepción adaptativa, que la define como la capacidad de un sistema para adaptar su estructura y funcionamiento al impacto, como puede ser el caso de una crisis económica. De esta manera, un territorio resiliente sería aquel que adapta sus recursos al cambio y logra mantener o aumentar su prosperidad y su tendencia al crecimiento en el largo plazo, como ocurre en los casos (a) y (d), mientras que un territorio no resiliente no absorbe el impacto en su integridad y, como consecuencia, ve mermada su trayectoria de crecimiento a largo plazo y corre el riesgo de quedarse atrapado en una senda evolutiva sub-óptima, como pasa en los casos (b) y (c) (Sánchez Hernández, 2012). Asimismo, la magnitud de los impactos producidos en un destino turístico está estrechamente relacionada con la vulnerabilidad de estos territorios, lo que ha llevado a la necesidad de identificar mecanismos que permitan disminuir los efectos de dichas perturbaciones y sirvan de oportunidad para el futuro desarrollo del destino. Por ello Ecoespaña y WRI (2009) definen la resiliencia de un destino turístico como su capacidad para absorber alteraciones y recuperarse ante ellas, saliendo fortalecidos con posterioridad. Asimismo, el Stockholm Resilience Centre (SRC) señala que se trata de la capacidad a largo plazo de un territorio para afrontar cambios y continuar evolucionando (Amat, 2013).

En ocasiones el disturbio no se produce una sola vez sino que se repite sucesivamente, pudiendo reducir o aumentar su severidad. Por ello, Lew (2012; 2013) señala que se puede enfocar la resiliencia de un destino turístico como la vuelta al estado anterior al impacto (el denominado «enfoque desde la ingeniería»), con autores como Fünfgeld y McEvoy (2012); o la oportunidad de aprender del disturbio para prepararse ante los futuros impactos volviendo al anterior equilibrio o alcanzando otro nuevo («enfoque desde la ecología»), con Ranjan (2012) y Russel y Griggs (2012); o bien la ocasión para resistir, transformarse y adaptarse en mejor situación que antes a las nuevas circunstancias mediante ciclos adaptativos ecológicos («enfoque transformacional»), con Davidson (2010), Davouidi (2012) y Martin (2012).

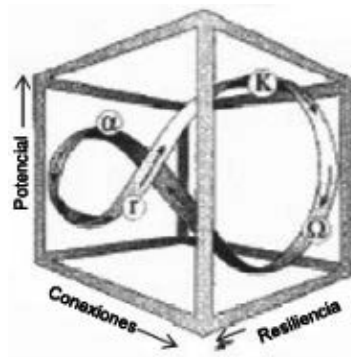
En estos últimos años han empezado a aparecer trabajos académicos que abordan con profundidad el estudio de la resiliencia territorial (Holling y Gunderson, 2002; Rose y Liao, 2005; Briguglio *et al.*, 2006; Mc Glade *et al.*, 2006; Foster, 2007; Pendall *et al.*, 2010; Hill *et al.*, 2008; Ormerod, 2008, Tyrrell y Johnston, 2008; Simmie y Martin, 2010, Vélez, 2010; Davidson, 2012; Davouidi, 2012; Fünfgeld y McEvoy, 2012; Lew, 2012, 2013; Martin, 2012; Ranjan, 2012; Russel y Griggs, 2012; Sánchez Hernández, 2012; Horrach, 2014; Luthe y Wyss, 2014; entre otros). Sin embargo sus enfoques varían. Así, para Mc Glade *et al.* (2006) la resiliencia puede equipararse a su elasticidad, es decir, su capacidad para absorber las perturbaciones sin experimentar grandes transformaciones. Sin embargo, para Foster (2007) la resiliencia de un territorio es su capacidad para anticiparse, prepararse, responder y recuperarse ante un disturbio, mientras que Hill *et al.* (2008) se focalizan solamente en analizar la disponibilidad del territorio para recuperarse satisfactoriamente de los impactos a su economía. Para otros autores como Tyrrell y Johnston (2008) y Luthe y Wyss (2014) la resiliencia de un territorio está formada por una interrelación

de sus sistemas socio-económicos y ecológicos. Por su parte, Holling y Gunderson (2002), Pendall et al., (2010), Simmie y Martin (2010), Vélez (2010), Davoudi (2012), Davidson (2012) y Horrach (2014) orientan sus trabajos hacia el análisis de los ciclos adaptativos ecológicos como modelo de resiliencia regional. Así, Holling y Gunderson (2002) afirman que en el desarrollo regional y la administración de ecosistemas se dan tres propiedades (dimensiones) y cuatro fases que modelan las respuestas de los ecosistemas, las instituciones y las sociedades.

Dichas propiedades son (Figura 9):

- a) *Dimensión Potencial*. Representa el potencial disponible para el cambio, ya que eso condiciona el rango de opciones posibles.
- b) *Dimensión Conectividad*. El grado de conectividad entre los agentes mide el grado de rigidez o flexibilidad del sistema y su sensibilidad a las variaciones internas o externas.
- c) *Dimensión Resiliencia*. La resiliencia del sistema da una medida de su vulnerabilidad a situaciones inesperadas o impredecibles.

FIGURA 9
Propiedades del ciclo adaptativo



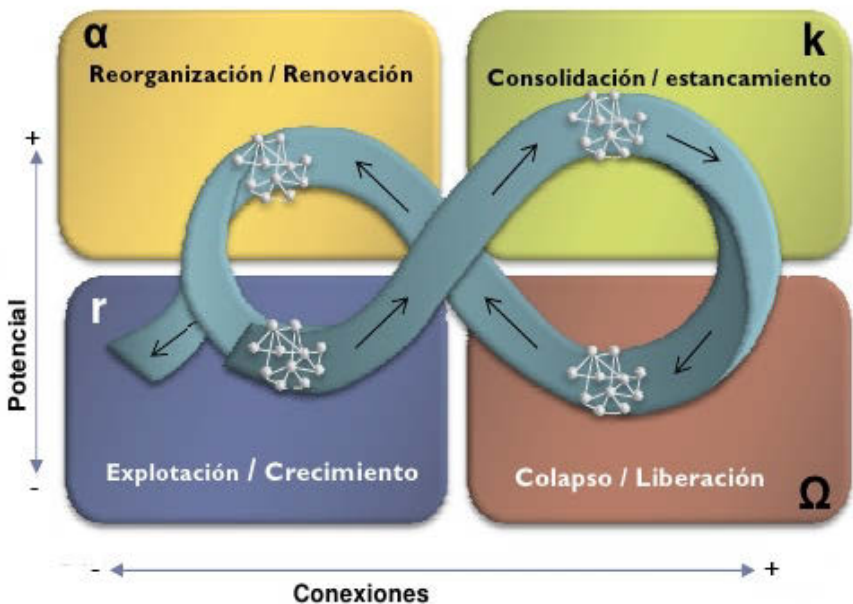
Fuente: Vélez, 2010

Así pues, a medida que se suceden las fases del ciclo adaptativo la resiliencia se expande y se contrae, ya que es dinámica a lo largo del tiempo. Estos ciclos adaptativos del sistema turístico presentan cuatro fases evolutivas distintas a lo largo de su desarrollo (Figura 10). La resiliencia se contrae progresivamente a medida que el ciclo se mueve hacia la fase k (consolidación y estancamiento) donde el sistema se convierte en más frágil. Luego se expande progresivamente mientras el sistema se mueve hacia la fase α (reorganización y renovación) para preparar los recursos a fin de iniciar un nuevo ciclo de crecimiento en la fase r (explotación y crecimiento). En la fase de «reorganización» (α) se encuentran las innovaciones y la reestructuración del sector, por lo que la resiliencia y el potencial son altos pero la conectividad todavía es baja. En esta fase se modernizan las infraestructuras, se da formación empresarial y

profesional a los trabajadores del sector, se coordina la cooperación entre los agentes públicos y privados y se intenta mejorar la calidad de vida de la población.

En la fase (r) (la de «explotación») se generan nuevas oportunidades y se produce un crecimiento, por lo que presenta unas bajas conectividad, resiliencia y potencial. En esta fase se intensifica la promoción del destino, aumenta el número de turistas especialmente internacionales y se incrementa el número de residentes. A continuación, en la fase de «consolidación» (k) predomina la estabilidad y se muestra una alta conectividad y potencial, aunque su resiliencia es baja. En esta fase se produce una alta concentración inmobiliaria y de turistas, se empiezan a producir problemas medioambientales, se crean barreras de entrada a las empresas competidoras y el destino empieza a estar maduro. La fase siguiente, la de «declive» (Ω), puede conducir a un «colapso» que puede desembocar en la destrucción (fase r) o a una «liberación» que llevará al resurgimiento y renovación del destino (fase α). Presenta una baja resiliencia y un bajo potencial, pero su conectividad es alta. En ella se constata el deterioro medioambiental y paisajístico producido por la excesiva aglomeración de turistas y la fuerte expansión de las segundas residencias, la falta de inversiones en mejoras para potenciar la calidad del destino, sus productos e instalaciones, la reducción de las expectativas profesionales y laborales, el aumento del pesimismo empresarial, la llegada de un turismo de menor calidad, unos servicios peores y, en conjunto, el deterioro de la imagen del destino.

FIGURA 10
La resiliencia y el ciclo adaptativo del sistema turístico



Fuente: Vélez, 2010

Por tanto se puede definir la resiliencia como las condiciones de un sistema adaptativo complejo donde las estabildades pueden transformar el mismo para que presente otro régimen de comportamiento (Holling, 1986). Así, mediante el ciclo adaptativo, un ecosistema muestra que es sostenible, los ciclos se repiten y mantiene su capacidad de crear, probar y mantener el potencial adaptativo (Gunderson y Holling, 2002) entendiendo la resiliencia como capacidad de renovación, reorganización y de desarrollo, por lo cual, aunque estos aspectos sean poco analizados, son esenciales para el discurso de la sostenibilidad (Walker et al., 2006).

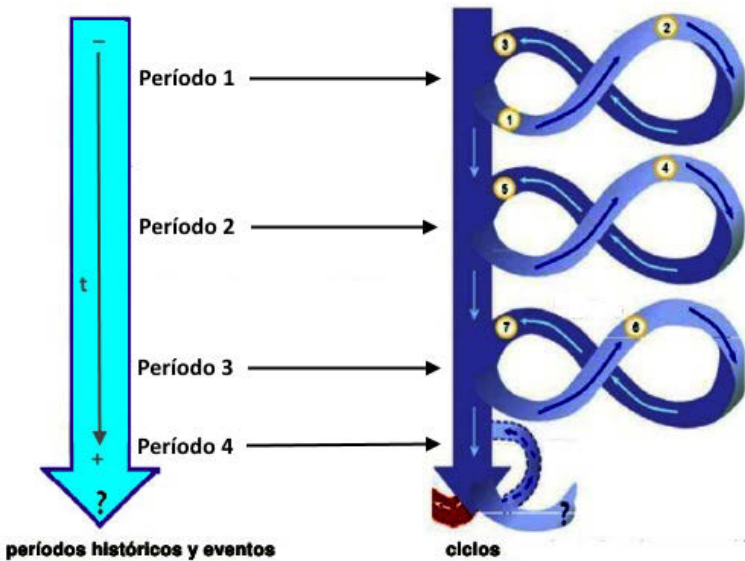
A su vez, Sánchez Hernández (2012) indica que cada crisis tiene su propio patrón regional, por lo que ante los disturbios los territorios, en función de su grado de sensibilidad y de su nivel de crecimiento, pueden ser: resistentes (A), adaptados (B), flexibles (C) e inadaptados (D). Los primeros presentan un crecimiento lento y una sensibilidad baja. Los segundos mantienen la sensibilidad baja pero su grado de crecimiento es mayor. Los terceros tienen un crecimiento rápido y una sensibilidad alta. Los cuartos presentan un crecimiento bajo y una sensibilidad alta. De esta manera, los territorios de los tipos A («resistentes») y D («inadaptados») son los que más dependen de la economía productiva (sectores primario y secundario), mientras que los del tipo B («adaptados») basan su economía en los servicios y el turismo, y los del C («flexibles») se encuentra en una etapa de transición hacia otro modelo económico algo diferente (Martin, 2012).

Así pues, en turismo, el concepto de resiliencia territorial se entiende como la capacidad de los destinos turísticos para recuperar los equilibrios o para absorber los impactos y crisis, teniendo en cuenta su situación anterior, sus recursos, las propias habilidades organizativas, la adaptabilidad de su estructura y de su funcionamiento. De esta manera un destino turístico resiliente es aquel que es capaz de prever y anticiparse a las crisis, creando nuevas habilidades y condiciones que le permitan salir reforzado de las mismas (Sancho y Gutiérrez, 2010; Vélez, 2010). Todo ello sin olvidar que los factores que facilitan la resiliencia del destino son sus capacidades (desarrollo económico, socioculturales y ambientales), sus conexiones (relaciones y cooperación, comunicaciones y transportes, competencia y competitividad, grado de innovación en los productos y servicios turísticos y adaptación a las nuevas tecnologías) y sus propiedades (recursos disponibles, existencia de un clúster empresarial alrededor del turismo, imagen del destino) (Sancho y Gutiérrez, 2010; Vélez, 2010).

La gestión de la resiliencia requiere un trabajo conjunto entre los diversos actores que intervienen en los territorios en materia turística, en que la gobernanza orientada hacia la resiliencia adquiere gran importancia. La implicación en materia de resiliencia de los actores relevantes en los destinos, como el gobierno local, los residentes y los turistas, permitirá contar con destinos cohesionados y coordinados hacia el logro final que es contar con herramientas y mecanismos necesarios para identificar y fortalecer las debilidades del sector con el objetivo de estar preparados ante eventuales situaciones adversas. Por tanto, contar con una débil capacidad de resiliencia aporta vulnerabilidad al destino, y ello puede exponer a los territorios a impactos mayores ante cualquier tipo de alteraciones.

Además, a lo largo del tiempo se van sucediendo los impactos sobre un determinado territorio o destino, provocando sucesivos ciclos adaptativos, con nuevas recuperaciones y reorientaciones si se desea sobrevivir a las adversidades (Figura 11). El turismo no es ajeno a este fenómeno, ya que, en general, se ha visto afectado por diversas crisis generadas por impactos más o menos previsibles y otros que han sido más inesperados.

FIGURA 11
Secuencia de ciclos adaptativos de recuperación



Fuente: elaboración propia a partir de Vélez (2010)

En este capítulo hemos sentado las bases del marco teórico, en el siguiente se presentan la metodología utilizada y los casos de estudio.

3 Metodología y justificación de los casos de estudio

Asunción Blanco-Romero
Magda Cayón
José M^a Prat

3.1. Consideraciones previas

La cuantificación de la sostenibilidad turística implica dificultades prácticas y conceptuales importantes, no sólo por la disponibilidad de los datos (White et *al.*, 2006) sino porque también es necesario establecer unos umbrales claros a partir de los cuales una actividad se puede considerar sostenible o no. Otra dificultad se encuentra en la diversidad de territorios, actores e intereses que confluyen en una actividad tan transversal como es el turismo. De este modo no se puede hablar de sostenibilidad absoluta sino de tendencias temporales y comparativas, siendo los indicadores una herramienta fundamental para conseguir dicho objetivo.

Los indicadores tienen diferentes interpretaciones en función de los intereses para los que se utilizan. Así, para la OMT (1995) son un instrumento cuantitativo que sirve para analizar una determinada información, mientras que para Crabtree y Bayfield (1998) ayudan a descubrir procesos y su evolución. Por su parte, Stoeckel et *al.* (2004) señalan que los indicadores pueden ayudar a evaluar el pasado y la situación actual, predecir el futuro a partir de la evaluación de los recursos disponibles y/o ayudar a desarrollar políticas que pueden condicionarlo. Asimismo, para Torres (2012) los indicadores describen, mediante parámetros objetivos, la realidad de un determinado ámbito, facilitando el conocimiento de los elementos y procesos que allí tienen lugar.

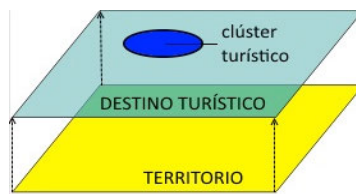
Así pues, sea cual sea la interpretación escogida, es necesario tener claro qué aspectos quieren analizarse antes de seleccionar los indicadores. Esta selección puede responder a diferentes objetivos y necesidades (Blackstock et *al.*, 2006; Torres, 2010, 2012). Por ello, los indicadores deben ser fáciles de comunicar e interpretar, relevantes, poseer rigor científico, ser pertinentes en relación a la temática de estudio, fiables, sensibles a los cambios y fácilmente actualizables, pertinentes en relación a la área de estudio, representarse territorialmente

y temporalmente, interesar a los agentes implicados, mostrar transparencia en la metodología utilizada y en la selección de los parámetros y presentar un equilibrio entre los recursos necesarios para la recogida de los datos y la relevancia de la información así obtenida (Torres, 2012).

Además, la ventaja de los indicadores es su facilidad de uso como información cuantitativa, su monitorización para evaluar variables, la posibilidad de efectuar comparaciones temporales y territoriales, la facilidad de comunicación y comprensión para la toma de decisiones y la posibilidad de evaluar fenómenos transversales. Sin embargo, también pueden presentar algunas debilidades, como la subjetividad en su elección y agrupación, la dificultad en la obtención de los datos y las interpretaciones excesivamente simplistas (Blackstock *et al.*, 2006).

Debido a que el principal objetivo del presente trabajo es conocer y analizar el grado de sostenibilidad del clúster formado alrededor de un producto turístico en una determinada comarca de interior; la cual, a su vez, también es un destino que alberga otros diferentes productos turísticos. Consideramos que, los indicadores son las herramientas más adecuadas para ello, teniendo en cuenta las tres capas de análisis (clúster turístico, destino turístico, comarca). Así mismo, se debe tener en cuenta que, dichos clústeres están influenciados por los diversos impactos que puedan recibir el destino turístico y el propio territorio. Por ello, para tener un conocimiento preciso de la sostenibilidad del clúster turístico también es necesario conocer cuál es el grado de resiliencia del destino turístico y del territorio en el que se enmarca dicho destino (Figura 12).

FIGURA 12
Esquema capas de indicadores



Fuente: elaboración propia

En primer lugar, con el objetivo de conocer el grado de sostenibilidad de cada uno de los clústeres formados alrededor de un determinado producto turístico, se han seleccionado un conjunto de 38 indicadores a partir de los propuestos por el ETIS (*European Tourism Indicator System*) (ETIS 2013a; 2013 b)¹. Los 38 indicadores seleccionados se han repartido en cuatro categorías:

1. Se trata de un estudio presentado el 22 de febrero de 2013 por la Universidad de Surrey (Reino Unido), bajo un contrato de la Unión Europea (DG Enterprise & Industry), con el

- Gestión del destino
- Flujo turístico
- Impacto sociocultural
- Impacto medioambiental

En segundo lugar, para conocer el grado de resiliencia que presenta el destino turístico ante cualquier perturbación, se han seleccionado inicialmente 100 indicadores a partir de los propuestos por Amat (2013), la OMT (2004) y el *Resilience Capacity Index (RCI)*², bajo un enfoque mixto socio-ecológico y medioambiental adaptado al turismo, siguiendo a Luthe y Wyss (2014), asimismo agrupados en las cuatro categorías siguientes:

- Flujos metabólicos
- Dinámicas sociales
- Redes de gobernanza
- Medio-ambiente construido

Finalmente, en tercer lugar, para conocer el grado de resiliencia territorial de cada una de las comarcas seleccionadas se ha utilizado el índice de sensibilidad territorial (βr) propuesto por Martin (2012), que lo define como $\beta r = (\Delta E_r / E_r) / (\Delta E_n / E_n)$, donde $\Delta E/E$ es el porcentaje de cambio de un determinado indicador, r el territorio analizado y n el total del país o Comunidad Autónoma donde se encuentra dicho territorio. De este modo, si el índice supera la unidad, el territorio analizado tiene una resistencia menor al impacto que el promedio nacional o regional; mientras que los valores inferiores a la unidad distinguen a los territorios más resistentes. En nuestro caso, para conocer la resiliencia territorial de cada una de las comarcas se han escogido cuatro índices de sensibilidad, representativos de los ámbitos económico³, sociocultural y medioambiental.

3.2. Sistemas de indicadores seleccionados

Como ya hemos señalado, para conocer el grado de resiliencia de cada uno de los clústeres formados alrededor de un determinado producto turístico, se han seleccionado un conjunto de 38 indicadores a partir de los propuestos por el ETIS (*European Tourism Indicator System*), agrupados en cuatro categorías, como veremos a continuación.

objetivo de desarrollar un sistema europeo de indicadores que evalúen y ayuden a gestionar la sostenibilidad de los destinos turísticos.

2. Se trata de un índice desarrollado por el Building Resilient Regions (BBR), afiliado al Instituto de Estudios Gubernamentales de la Universidad de California, Berkeley (USA).

3. En el ámbito económico se ha seleccionado el PIB per cápita, por lo que en este caso, para poder comparar fácilmente, el cociente es inverso a los otros.

3.2.1. Indicadores de resiliencia del clúster formado alrededor de un determinado producto turístico⁴

a) *Gestión del destino*

- Oferta de este producto turístico en la comarca
- Productos de esta tipología en la comarca que ofrecen servicios «Premium»
- Productos gratuitos de esta tipología en la comarca
- Productos de esta tipología en la comarca adaptados para los discapacitados
- Productos de esta tipología en la comarca con últimas tecnologías TIC
- Municipios de la comarca donde se ofrecen productos de esta tipología
- Evolución de la población censada del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico (PC grupo)
- Evolución de la población total del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico (PTP grupo)
- Población total del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico (PTP grupo) respecto a la población total de la comarca (PTP)
- Ingresos anuales per cápita del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico según la población total del grupo (PTP grupo)
- Inversiones anuales per cápita del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico según la población total del grupo (PTP grupo)
- Agentes públicos relacionados directamente con este producto turístico en la comarca
- Asociaciones locales de la comarca relacionadas directamente con este producto turístico
- Organizaciones empresariales de la comarca relacionadas directamente con este producto turístico
- Instituciones de investigación relacionadas con este producto turístico en la comarca
- Total de agentes relacionados con este producto turístico en la comarca
- Plazas disponibles en los establecimientos hoteleros de los municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico respecto al total de turistas allí presentes (PTE grupo)
- Plazas disponibles en los establecimientos de turismo rural de los municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico respecto al total de turistas allí presentes (PTE grupo)
- Plazas disponibles en los campings de los municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico respecto al total de turistas allí presentes (PTE grupo)

4. Ver el detalle de cada indicador en el Anexo 1c.

- Webs turísticas de la comarca con presencia de este producto turístico
- Webs de ayuntamientos de la comarca con presencia de este producto turístico
- Webs de revistas de la comarca con presencia de este producto turístico
- Señalización en la comarca para acceder a los principales productos de esta tipología turística
- Facilidad de acceso en la comarca a los productos de esta tipología
- Grado de concentración geográfica de los productos turísticos de esta tipología en la comarca
- Grado de concentración de estos productos en los tres municipios de la comarca con mayor oferta de estos productos turísticos

b) Flujo turístico

- Evolución de la población turística equivalente del conjunto de municipios de la comarca en los que se ofrece este producto turístico (PTE grupo)
- Visitantes a los tres establecimientos más significativos que ofrecen este producto turístico en la comarca
- Población turística de los municipios de la comarca en los que se encuentra este producto turístico (PTE grupo) respecto a la población total de estos municipios (PTP grupo)
- Estacionalidad de las visitas de los turistas a la comarca

c) Impactos socioculturales

- Segundas residencias respecto a las primeras viviendas en los municipios de la comarca en los que se encuentra este producto turístico
- Grandes eventos culturales que se realizan en los municipios de la comarca con presencia de este producto turístico
- Grado de satisfacción de los turistas con la experiencia de la visita a estos productos turísticos
- Población turística de los municipios de la comarca en los que hay estos productos turísticos (PTE grupo) respecto a la población censada de los mismos (PC grupo)

d) Impactos medioambientales

- Grado de mantenimiento de las carreteras de acceso a estos productos turísticos en la comarca
- Facilidad de aparcamiento en estos productos turísticos en la comarca
- Grado de preservación de estos productos turísticos en la comarca
- Municipios de la comarca que ofrecen este producto turístico y que tienen una estrategia de promoción del turismo sostenible

3.2.2. Indicadores de resiliencia de la comarca como destino turístico

Teniendo en cuenta la literatura existente sobre este tema se creó un equipo de trabajo que seleccionó una lista previa de 100 indicadores (Anexo 1b). Ahora bien, trabajar una lista de cien indicadores resulta inoperante y complejo, especialmente si se tiene en cuenta que en nuestro caso el objetivo es analizar la resiliencia del destino turístico mediante un conjunto de indicadores sencillos, comprensibles, utilizables y disponibles.

Por este motivo, a partir de la lista anterior, y siguiendo a Torres (2012), para conocer la evolución del destino frente a un impacto (una crisis económica, un cambio de modelo de consumo o un accidente territorial) se ha realizado una selección de los indicadores, considerando la necesidad de asegurar unas actividades turísticas viables a largo plazo y cuyos beneficios puedan distribuirse entre todos los agentes, respetando la autenticidad sociocultural de la comunidad local y teniendo en cuenta la disponibilidad de los datos y su facilidad de tratamiento.

De acuerdo con dicho planteamiento, la lista inicial ha quedado reducida a 16 indicadores; de los que diez son de ámbito económico, cuatro son socioculturales y los dos restantes son medioambientales. Este proceso se ha realizado mediante una serie de rondas de selección en las que han participado varios expertos en turismo. La Tabla 2, presenta los indicadores seleccionados para conocer la sostenibilidad de un destino turístico frente a un impacto.

TABLA 2
Indicadores seleccionados para conocer la resiliencia turística de un destino

| | |
|--------------------------------|--|
| <i>ECONÓMICOS</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Evolución del gasto medio diario por turista • Evolución de viviendas secundarias • Evolución de la ocupación media anual de los establecimientos turísticos • Evolución de la ocupación media anual del turismo rural • Evolución de la ocupación media anual de los campings • Evolución de plazas en establecimientos hoteleros por 1.000 hab. (PTP) • Evolución de plazas de turismo rural por 1.000 hab. (PTP) • Evolución de plazas de camping por 1.000 hab. (PTP) • Evolución de la población turística equivalente (PTE) • Población ocupada en la hostelería (2011) |
| <i>SOCIOCULTURALES</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Evolución población censada (PC) • Evolución población total (PTP) • Evolución de la tasa de envejecimiento de la población (PC) • Evolución tasa de paro |
| <i>MEDIOAMBIENTALES</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Evolución déficit ecológico per cápita (PTP) • Evolución parque total de viviendas (2001-2011) |

3.2.3. Indicadores de resiliencia territorial de la comarca⁵

Para conocer la resiliencia territorial de cada comarca se han escogido cuatro índices representativos de los ámbitos económico, sociocultural y medioambiental, en tres años concretos (2001: antes de la crisis; 2007: justo al inicio de la crisis; y 2014: últimos datos publicados).

En el ámbito macroeconómico existe un indicador aceptado y utilizado mundialmente: el Producto Interior Bruto (PIB), que es el total agregado del valor añadido de todas las actividades económicas basadas en el dinero. De este modo el PIB a precios de mercado está formado por el consumo privado y las inversiones, el gasto público y el diferencial entre las exportaciones y las importaciones. Sin embargo, resulta conveniente enriquecer la información ofrecida por este PIB con otras medidas complementarias, en particular aquellas que reflejen la sostenibilidad ambiental y el bienestar social de un territorio.

Por ello, en el ámbito medioambiental la Comisión Europea, a través del Comité Económico y Social Europeo, ha publicado un informe de investigación de instrumentos de apoyo al PIB, en el que reconoce la comparación entre la huella ecológica y la bioproductividad como el indicador más adecuado sobre sostenibilidad ambiental. La huella ecológica es un indicador que integra los impactos que ejerce una comunidad humana sobre el territorio donde se encuentra. Se expresa como «el total de superficie ecológicamente productiva necesaria para producir los recursos consumidos por un ciudadano medio de una determinada comunidad humana, así como la necesaria para absorber los residuos que genera, independientemente de la localización de éstas» (MMMM, 2007). La metodología de cálculo de esta variable se basa en la estimación de la superficie productiva necesaria para satisfacer los consumos asociados a la alimentación, a los productos forestales, al consumo energético y a la ocupación directa del suelo. Una vez estimado dicho valor se calculan las superficies reales de cada tipología de terreno productivo (cultivos, pastos, bosques, mar, superficie artificializada y área de absorción de CO₂) disponibles en el ámbito territorial de estudio. La suma de todos ellos es la biocapacidad del territorio, que se define como «la disponibilidad de superficie biológicamente productiva según categorías de cultivos, pastos, mar productivo y bosques». Una vez calculadas la huella ecológica de la población y la biocapacidad del territorio, su comparación permite conocer el déficit ecológico. Éste indica si la población de un determinado territorio dispone de excedentes ecológicos o bien si consume más recursos de los que dispone. En este último caso la comunidad se está apropiando de superficies fuera de su territorio o está disponiendo del capital natural, degradándolo y comprometiendo su calidad y disponibilidad para la generación de rentas biológicas a las generaciones futuras. Así, si el valor de la huella ecológica es superior a la biocapacidad del territorio, el déficit ecológico es positivo, y la población que habita ese territorio consume más recursos de los que dispone. Si por el contrario, la biocapacidad es igual o mayor que la huella

5. Ver detalles de cada indicador en el Anexo 1a.

ecológica, provocando un déficit negativo, se puede considerar que el territorio es autosuficiente o que dispone de excedente ecológico. (MMMM, 2007).

Finalmente, en el ámbito del bienestar social se han seleccionado dos indicadores: la tasa de paro y la tasa de envejecimiento de la población. El primero se ha seleccionado porque los datos de empleo y/o paro son útiles para los análisis a largo plazo, ya que el empleo tarda más que la producción en recuperarse de los ciclos recesivos y porque el desempleo elevado y persistente tiene efectos severos a largo plazo sobre el crecimiento potencial de una Comunidad Autónoma (Martin, 2012). Sin embargo, una visión geográfica de la actividad económica no puede limitarse solamente a medir la cantidad de bienes y servicios generados por un territorio, sino que debe contemplar también su capacidad para integrar a los ciudadanos en la vida colectiva, por lo que también se ha seleccionado un segundo indicador. La tasa de envejecimiento de la población, que recoge el número de personas mayores de 65 años que existe en un territorio y que es la técnica analítica más utilizada para conocer el peso de la población de mayor edad en una comunidad (Barbancho, 1982), teniendo en cuenta que ante cualquier impacto el grado de adaptación al cambio por parte de este colectivo es menor que en el caso de la población más joven (Kohli, 2005).

Así pues, la lista de los cuatro indicadores finalmente seleccionados para conocer la resiliencia territorial de una comarca frente a un impacto es la que se presenta en el cuadro siguiente (Tabla 3).

TABLA 3
Lista de los indicadores seleccionados para conocer la resiliencia territorial de una comarca

| | |
|--------------------------------|---|
| <i>ECONÓMICOS</i> | • PIB per cápita |
| <i>SOCIALES</i> | • Tasa de paro • Grado de envejecimiento de la población |
| <i>MEDIOAMBIENTALES</i> | • Déficit ecológico |

3.3. Justificación de los casos de estudio

La crisis económica que está padeciendo España desde finales de 2007 ha tenido efectos distintos en las Comunidades Autónomas (CCAA) y, previsiblemente, también serán diferentes las formas de salir de ella. Las diferentes estructuras productivas, con mayores o menores dependencias de sectores como el de la construcción, administración, turismo o comercio exterior, junto con las diferencias en las tasas de paro, marcarán escenarios muy dispares en los próximos años, provocando aumentos en las diferencias de desigualdad y bienestar⁶. Los

6. No hay que olvidar que uno de los aspectos más negativos de la desigualdad es el hecho de que tradicionalmente se tarda mucho más en reducirla que lo que se ha tardado en aumentarla.

incrementos de los impuestos indirectos, como el IVA, y una todavía mayor flexibilización laboral en condiciones precarias son también dos factores que empujarán en la misma dirección, pero más intensamente en unas regiones que en otras. (Jurado y Pérez, 2014).

Así, la caída del PIB ha sido mayor, en términos generales, en las regiones con un destacado crecimiento económico en el período expansivo, como Murcia, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana. Aunque la crisis ha afectado duramente a la economía española en su conjunto, no todas las Comunidades Autónomas han sufrido el impacto con la misma magnitud ni tienen las mismas posibilidades de recuperación, en función del tipo de servicios desarrollados. Por ejemplo, en Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura el empleo público es un elemento determinante de sus estructuras de ocupación (Niño-Becerra, 2015).

Las regiones que muestran un comportamiento más divergente (Andalucía, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Extremadura y Murcia) se han caracterizado tradicionalmente por un mayor peso del sector de la construcción. Además, Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura presentan una mayor relevancia del sector público en sus economías; por lo que el proceso de ajuste de las Administraciones Públicas emprendido en los últimos años ha contribuido a la caída del PIB per cápita regional en el período considerado. En el otro extremo, se encuentran aquellas Comunidades Autónomas como Cataluña, Madrid, Navarra y el País Vasco que presentan una menor dependencia del sector de la construcción y tienen una cierta especialización en la industria y en los servicios de mayor valor añadido. Por otra parte, el grado de apertura comercial al exterior de estas regiones les permite afrontar mejor los problemas derivados de la insuficiente demanda interna motivada por la recesión. (Jurado y Pérez, 2014). Además, en la mayoría de las regiones la recesión ha afectado duramente a las familias de menor renta⁷ y, aunque la renta real media ha disminuido en prácticamente todas las Comunidades Autónomas, el 10% más rico de la población está soportando mejor la crisis e incluso ha llegado a aumentar su renta media en algunos territorios. Llamen la atención Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana o Murcia con fuertes reducciones de renta del grupo de población más desfavorecido.

Esta disparidad regional puede atribuirse, entre otros factores, a la diferente especialización sectorial de las economías de cada Comunidad Autónoma, las peculiaridades geográficas y naturales, las diferencias en el capital humano y social, la historia e, incluso, el papel del sector público (Atkinson, 1970; Cowell, 1999; Jurado y Pérez, 2014). Por ello, para afrontar esta crisis de la mejor manera

7. Aunque la definición oficial de pobreza de la Unión Europea establece que la referencia es el Estado miembro donde reside la persona u hogar, por lo que la línea de pobreza debe ser nacional, desde algunas posiciones políticas y académicas se sugiere la mayor adecuación del umbral regional, ya que su uso permite considerar las peculiaridades regionales en consumo, coste de la vida o posibilidades para participar en la sociedad (Jesuit et al., 2003).

posible, desde los gobiernos autonómicos y desde la Administración Local se están impulsando políticas para desarrollar nuevas actividades económicas que ayuden a revertir la situación actual. Una de ellas es el turismo sostenible a largo plazo y sustentado en la puesta en valor de nuevos productos vinculados a la idiosincrasia de los territorios.

Las Comunidades Autónomas seleccionadas para este estudio han sido Andalucía, Aragón, Castilla y León, Catalunya, Comunidad Valenciana y Galicia (Figura 13). La explicación radica en que todas ellas presentan en sus comarcas de interior unas potencialidades relevantes (recursos naturales y patrimoniales) que permiten un mayor desarrollo de su oferta turística, adaptándola a las nuevas demandas de la sociedad; donde los turistas, son cada vez más experimentados, presentan nuevas motivaciones y mayor disponibilidad de tiempo libre, demandan unos viajes más personalizados, con actividades complementarias y con una adecuada ratio calidad-precio.

FIGURA 13
Mapa de España con las Comunidades de estudio seleccionadas



Fuente: elaboración propia

En el cuadro siguiente (Tabla 4) se presentan los principales indicadores demográficos y económicos de las seis CCAA seleccionadas: Galicia, Catalunya,

Castilla-León, Aragón, Comunitat Valenciana, Andalucía. La más extensa, Andalucía, con mayor población. La menos poblada, Aragón, aún presenta una densidad de población mucho menor (alrededor de 28 hab./km²). La que tiene una mayor densidad de población es Catalunya (alrededor de 230 hab./km²) y las restantes se encuentran alrededor de los 27 (Castilla y León), 93 (Galicia) y 212 (Comunidad Valenciana). En cuanto al PIB a precios de mercado (PIB pm) las mejores cifras se encuentran en Catalunya, Andalucía y la Comunidad Valenciana, aunque el mayor PIB per cápita (PIB pc) se presenta en Catalunya y Aragón, y el peor en Andalucía, Comunidad también con la mayor tasa de paro en 2014 (el 34,23%), mientras que ninguna de las restantes ha bajado del 20%, aunque tampoco ha superado el 24%.

TABLA 4
Cuadro general demográfico y económico de las CCAA
seleccionadas

| | | Andalucía | | Aragón | | Castilla y León | |
|--------------------|----------------------------|-----------|-----------|----------------------|-----------|-----------------|-----------|
| | | 2010 | 2014 | 2010 | 2014 | 2010 | 2014 |
| Población | <i>habitantes</i> | 8.332.087 | 8.401.567 | 1.344.396 | 1.326.937 | 2.545.286 | 2.478.376 |
| Densidad población | <i>hab./km²</i> | 95,11 | 95,91 | 28,17 | 27,80 | 27,01 | 26,30 |
| PIB (pm) | <i>millones €</i> | 146.124 | 139.099 | 34.406 | 32.827 | 55.558 | 52.347 |
| PIB pc | <i>€</i> | 17.599 | 16.577 | 25.603 | 24.713 | 21.827 | 21.063 |
| RBD ajustada (*) | <i>millones €</i> | 119.802 | 114.338 | 25.172 | 24.262 | 36.347 | 35.105 |
| Tasa de paro | <i>%</i> | 20,33 | 34,23 | 16,06 | 20,20 | 15,78 | 20,87 |
| | | Catalunya | | Comunidad Valenciana | | Galicia | |
| | | 2010 | 2014 | 2010 | 2014 | 2010 | 2014 |
| Población | <i>habitantes</i> | 7.493.252 | 7.391.133 | 4.999.211 | 4.939.550 | 2.773.415 | 2.734.915 |
| Densidad población | <i>hab./km²</i> | 233,34 | 230,16 | 214,97 | 212,40 | 93,77 | 92,47 |
| PIB (pm) | <i>millones €</i> | 203.324 | 197.003 | 102.328 | 97.429 | 57.025 | 53.857 |
| PIB pc | <i>€</i> | 27.192 | 26.624 | 20.511 | 19.693 | 20.574 | 19.661 |
| RBD ajustada (*) | <i>millones €</i> | 147.706 | 139.781 | 79.454 | 74.480 | 44.667 | 43.163 |
| Tasa de paro | <i>%</i> | 17,98 | 20,30 | 22,91 | 23,48 | 15,69 | 20,90 |

(*) = datos de 2013

Fuente: INE, 2016

Comparando los indicadores del año 2014 con los del 2010, vemos que sólo en Andalucía se ha producido un aumento de población en este período (69.480 hab.),

mientras que las restantes Comunidades han perdido población. Respecto a los indicadores económicos, tanto el PIB a precios de mercado como el PIB per cápita y la Renta Bruta Disponible se han reducido en las seis CCAA, y la tasa de paro ha crecido en todas ellas, con especial significación en el caso de Andalucía (13,9 puntos porcentuales).

Así pues, la crisis ha afectado a todas las Comunidades, aunque con distinta intensidad, ya que si se analizan cuatro de los índices económicos que reflejan la importancia de la crisis en cada una de las seis Comunidades y se comparan sus resultados con los del global de España (Tabla 5) podemos observar que la variación porcentual del PIB entre el inicio de la crisis y su punto más álgido en el conjunto de España fue del -6%, valor superado negativamente en Andalucía, Aragón y la Comunidad Valenciana. Además el porcentaje de desempleo en el 2012 del 25% en España fue superado ampliamente en Andalucía (el 34,6%) y ligeramente en la Comunidad Valenciana (el 27,7%). Asimismo, la renta per cápita fue inferior a la de España en este mismo año en las seis Comunidades excepto en Catalunya. Finalmente, el porcentaje de economía sumergida sobre el PIB en dicho año superó al de España en todas estas Comunidades excepto Catalunya, donde los igualó, y Aragón, con 2,3 puntos porcentuales menos. (INE, 2016).

TABLA 5
Índices generales económicos de las CCAA seleccionadas y de España (2012)

| | Andalucía | Aragón | Castilla y León | Catalunya | Comunidad Valenciana | Galicia | España |
|-------------------------------------|-----------|--------|-----------------|-----------|----------------------|---------|--------|
| Variación PIB (2008-2013) (%) | -7 | -6,8 | -5,5 | -4,1 | -9 | -4,5 | -6 |
| Desempleo (%) | 34,6 | 18,6 | 19,7 | 22,7 | 27,7 | 20,7 | 25 |
| Renta per cápita (€) | 16.744 | 14.812 | 22.000 | 26.419 | 19.485 | 20.336 | 22.297 |
| Economía sumergida sobre el PIB (%) | 29,2 | 22,3 | 26,4 | 24,6 | 26,5 | 25,6 | 24,6 |

Fuente: INE, 2016

De este modo se confirma que nos encontramos ante seis Comunidades Autónomas cuyos resultados respecto al conjunto de España, presentan dos situaciones diferentes frente al impacto de la crisis económica de estos últimos años. Por una parte, las del norte de la Península (Galicia, Aragón, Castilla y León y Catalunya), que han respondido mejor a dicha crisis, mientras que, por la otra, las del sur (Andalucía, la Comunidad Valenciana), que lo han hecho peor.

Si nos centramos en analizar el Índice de Actividad Económica, que mide comparativamente la importancia del conjunto de esta actividad en una Comunidad Autónoma respecto al total de España, en función de la cuota tributaria del impuesto de actividades económicas empresariales y profesionales. En la Tabla 6 vemos que, para el año 2011, en Catalunya se realizó el 19,2% de la actividad económica española, en Andalucía el 13,1% y en la Comunidad Valenciana el 9,8%, mientras que en ninguna de las tres restantes se llegó al 6%. Ahora bien, entre las seis CCAA se realizó el 56,1% del total español de dicha actividad. Asimismo, el Índice Turístico, que mide la importancia de la actividad turística en función de la cuota tributaria del impuesto de actividades económicas correspondiente a las actividades turísticas, muestra que entre Andalucía, Catalunya y la Comunidad Valenciana se realizó el 44% de la actividad turística española, mientras que entre las restantes tres solamente el 7,2%. En global, entre las seis se llegó al 51,2%. Por último, el Índice de Cuota de Mercado, que mide la capacidad comparativa de consumo de las CCAA mediante un modelo equivalente a un promedio de números índices de las variables de población, número de teléfonos fijos, automóviles, camiones, oficinas bancarias y actividades comerciales minoristas, también señala que entre las tres primeras tienen una cuota de mercado del 43,9% del total de España, mientras que entre las tres segundas se alcanza solamente el 14,6%. En conjunto, entre las seis se llega al 58,5%. Así pues, entre las seis CCAA seleccionadas hay mayoría en los tres índices. (Vicéns, 2013).

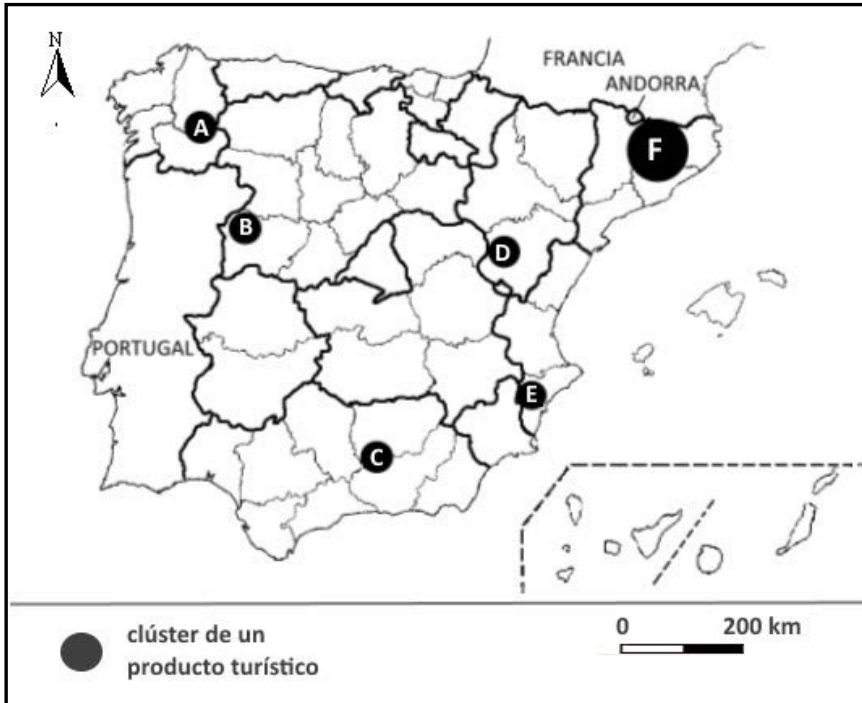
TABLA 6
Índices de actividad económica, turística y de cuota de mercado de las CCAA seleccionadas (2011)

| | Andalucía | Aragón | Castilla y León | Catalunya | Comunidad Valenciana | Galicia |
|----------------------------|-----------|--------|-----------------|-----------|----------------------|---------|
| Índice actividad económica | 13,1% | 3,3% | 5,5% | 19,2% | 9,8% | 5,2% |
| Índice turístico | 18,3% | 2% | 2,7% | 16,6% | 9,1% | 2,5% |
| Índice cuota de mercado | 17,2% | 3% | 5,7% | 16% | 10,7% | 5,9% |

Fuente: Vicéns, 2013

Analizados los datos consideramos que las Comunidades elegidas son representativas de territorios con diferente grado de desarrollo y de resiliencia ante situaciones de crisis económica. Para poder identificar detalladamente las dinámicas de las Comunidades en cada una de ellas se ha seleccionado una provincia y, dentro de ésta, una comarca de interior; donde alrededor de un determinado producto turístico se ha formado un clúster o está en proceso de formarse (Figuras 14 y 15). Entendemos que este clúster turístico puede contribuir al desarrollo local de las comarcas seleccionadas.

FIGURA 14
Mapa de situación de las zonas de estudio y clústeres seleccionados



| Letra | Comarca | CCAA | Provincia | Producto turístico |
|-------|---------------|----------------------|-----------------|-------------------------------|
| A | Ribeira Sacra | Galicia | Lugo y Ourense | Turismo de naturaleza |
| B | Vitigudino | Castilla y León | Salamanca | Arqueoturismo |
| C | Sur de Jaén | Andalucía | Jaén | Astroturismo |
| D | Alto Vinalopó | Comunidad Valenciana | Alicante | Fiestas de Moros y Cristianos |
| E | Jiloca | Aragón | Teruel | Patrimonio bélico |
| F | Alt Penedès | Catalunya | Barcelona | Enoturismo |
| | Anoia | | Barcelona | Geocaching |
| | Bages | | Barcelona | Turismo religioso |
| | Berguedà | | Barcelona | Turismo industrial |
| | Cerdanya | | Girona y Lleida | Après-esquí y esquí nocturno |
| | Osona | | Barcelona | Ecoturismo del trigo |
| | Ripollès | | Girona | Turismo deportes de aventura |

Fuente: elaboración propia

A continuación el estudio analiza la sostenibilidad de estos clústeres, teniendo en cuenta la resiliencia de la comarca donde se encuentran, tanto desde el punto de vista territorial como de destino turístico. Así, en Andalucía en la provincia de Jaén se ha analizado el clúster del turismo de las estrellas o astroturismo. En Aragón, en Teruel, en la Comarca del Jiloca, el turismo del patrimonio bélico de la Guerra Civil. En Castilla y León el clúster del turismo arqueológico o arqueoturismo en la comarca agraria de Vitigudino, en Salamanca. En Catalunya los clústeres del turismo del vino o enoturismo en el Alt Penedès (Provincia de Barcelona), el turismo del «geocaching» en la Comarca de Anoia (Barcelona), el turismo industrial en la Comarca del Berguedà (Barcelona), el turismo religioso en la Comarca del Bages (Barcelona), el turismo de «après-esquí» y esquí nocturno en la Cerdanya (entre las provincias de Girona y Lleida), el ecoturismo alrededor del trigo en Osona (Barcelona) y el turismo de deportes de aventura en el Ripollès (Girona). En la Comunidad Valenciana el turismo alrededor de las fiestas de Moros y Cristianos en la comarca del Alto Vinalopó, en Alicante; y en Galicia el turismo de naturaleza en la Ribeira Sacra (entre las provincias de Ourense y Lugo).

FIGURA 15
Mapa de situación de las comarcas de Catalunya seleccionadas



Fuente: elaboración propia con MiraMon

La elección de los clústeres responde a que los productos seleccionados apuestan por la innovación turística, ofreciendo nuevas experiencias y adaptándose a las nuevas demandas del mercado. Este dinamismo tiene repercusiones territoriales que nos interesa constatar, analizando el grado de sostenibilidad de los clústeres, ya que son unos territorios donde el turismo tradicional necesita reorientarse con productos innovadores, creando nuevas marcas turísticas que ayuden a potenciar la imagen del destino y satisfagan las nuevas demandas de los turistas. Para ello, además de los recursos naturales y patrimoniales allí existentes, es necesario contar con una comunidad local comprometida, dinámica y emprendedora, buenas infraestructuras territoriales, colaboración público-privada, creación de productos de calidad y una amplia capacidad de innovación.

La complejidad de la propia definición de la sostenibilidad turística dificulta que haya una metodología universal para su cuantificación y que sea unánimemente aceptada. Por ello en este trabajo, tal como se esquematiza en la Figura 16, después de una revisión de la bibliografía existente sobre los clústeres turísticos y su sostenibilidad, y sobre la resiliencia de un territorio y de un destino turístico, se ha trabajado bajo un enfoque metodológico basado en un análisis cuantitativo y cualitativo de los datos obtenidos mediante un intenso trabajo de campo para cada una de las comarcas seleccionadas.

Así, la información necesaria para cada uno de los indicadores seleccionados se ha obtenido a partir de las estadísticas oficiales disponibles de cada una de las Comunidades Autónomas, comarcas y municipios estudiados. En caso de no disponer de datos, se han enviado a los responsables turísticos de los municipios y comarcas una serie de cuestionarios estadísticos para suplir la ausencia. Este procedimiento, que es habitual en el caso de los datos más cualitativos, también se aplica a los cuantitativos. Una vez obtenidos los datos, se han completado los indicadores mediante los propios datos simples o con la elaboración de los mismos.

FIGURA 16
Esquema del enfoque metodológico del estudio



Fuente: elaboración propia

Una vez seleccionados los doce casos, se ha procedido a recoger la máxima información posible sobre los indicadores. Para ello se ha recurrido a las estadísticas de los organismos oficiales (nacionales, de la Comunidad Autónoma, provinciales y comarcales), así como a las asociaciones comarcales de desarrollo local y a las oficinas de turismo de la comarca y/o de su capital. En ocasiones, para uniformizar las fechas de las variables en todas las zonas se ha recurrido a una estimación de los datos a partir de una extrapolación de las fechas disponibles, teniendo en cuenta la evolución provincial y regional. Finalmente, en el caso de las variables cualitativas, se ha procedido a realizar una encuesta enviada a los consejos comarcales, concejalías de turismo de los ayuntamientos, capital de la comarca o población más representativa de la misma.

4 Características de los territorios objeto de estudio

Asunción Blanco-Romero
Gemma Cànoves
José Antonio Corral
Luis A. Hortelano
Antonio Martínez Puche
Carmen Mínguez
Mónica Molina
José M^a Prat
Montserrat Villarino
Elena de Uña

En este capítulo detallamos las características de los territorios seleccionados. La descripción de los mismos sigue un orden alfabético. En primer lugar, mostramos las características físicas del territorio bajo una mirada de su potencialidad turística. En segundo lugar, presentamos una sintética radiografía de los indicadores socioeconómicos que enmarcan la dinámica del territorio y en tercer lugar, explicamos las características del clúster turístico. Este es el aspecto más relevante, que posteriormente nos explica la evolución de cada caso de estudio y nos indica en la etapa de crecimiento turístico que se encuentra.

4.1. El caso del Alt Penedès

Mónica Molina

4.1.1. El territorio

El Alt Penedès es una de las cuatro comarcas en las que se ha dividido administrativamente la comarca natural del Penedès, que está estructurada en una depresión

de sedimentos cuaternarios entre el macizo del Garraf y las sierras del Ordal. Limita al norte con la comarca del Anoia; al este con el Baix Llobregat; al sur con el Garraf; y al oeste con el Baix Penedès y el Alt Camp (Figura 17).

Dos ríos poco caudalosos riegan el territorio: el Foix y el Anoia. El primero, que nace en la sierra de la Llacuna, atraviesa la comarca de norte a sur recibiendo las aguas de las rieras de Pontons, Vilobí y Marmellar, y cruza la Sierra Litoral para desembocar en el mar Mediterráneo cerca de Cubelles (Garraf). El segundo, más caudaloso, es un afluente del Llobregat¹ que cruza la parte nordeste de la comarca y recoge las aguas de las rieras de Mediona y Lavernó. (Piñol y Font, 2008).

Su clima es mediterráneo de tipo litoral en buena parte de la comarca, aunque en las sierras del norte es de tipo prelitoral. La precipitación media anual es de 550 mm, con valores máximos de 650 mm en la zona del Ordal y la sierra de Ancosa. La precipitación máxima suele producirse en otoño y la mínima en verano. Las temperaturas medias se encuentran entre los 15 °C y los 18 °C. Los inviernos son moderados y con medias de 6°C a 8°C. Los veranos son calurosos y con medias entre 23°C y 24°C, lo que comporta una alta amplitud térmica anual (Piñol y Font, 2008, Ros et al., 2004).). La vegetación propia es de garriga, pino blanco y encinas, pero el elemento que predomina en el paisaje es la viña, casi un monocultivo, que le imprime carácter y la personaliza en los productos del Cava, con la denominación de origen Penedès.

FIGURA 17
Mapa de situación del Alt Penedès



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

1. Ambos ríos confluyen cerca de Martorell.

La comarca tiene 27 municipios repartidos en 592,70 km². La población en el año 2014 era de 106.262 habitantes, lo que representa una densidad de 179,38 hab./km² (Tabla 7). Su capital, Vilafranca del Penedès, tiene 39.221 habitantes, y las restantes ciudades con una población superior a los 5.000 habitantes son Sant Sadurní d'Anoia (12.590 hab.), Santa Margarida i els Monjos (7.337 hab.) y Gelida (7.194 hab.). (IDESCAT, 2016).

TABLA 7
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Alt Penedès | 592,7 | 106.262 | 179,28 | 27 |
| % de Catalunya | 1,85% | 1,41% | --- | 2,85% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2016)

En cuanto a su estructura demográfica (Tabla 8), el 17,93% de la población de la comarca es menor de quince años, mientras que el 65,72% está entre quince y sesenta y cinco años y el 16,35% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Catalunya, el 1,61% de los jóvenes menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 1,40% de la población catalana entre quince y sesenta y cinco años y el 1,30% de los mayores de sesenta y cinco años. La estabilización demográfica de las décadas anteriores ha dado paso a un crecimiento sostenido de población entre los años 1985 y 2014 (Tabla 9), pasando de 66.470 habitantes en 1985 a 106.262 en 2014, lo que representa un crecimiento del 59,86%. En dicha tabla se puede observar también como la aportación demográfica de esta comarca al conjunto de Catalunya ha pasado del 1,09% en 1985 al 1,41% en 2014.

TABLA 8
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Alt Penedès | 19.048 | 69.832 | 17.382 |
| % de Catalunya | 1,61% | 1,40% | 1,30% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2016)

Se trata de una comarca tradicionalmente agrícola donde predomina la viña y sus industrias derivadas, con más del 85% del PIB primario y del 80% de la superficie de cultivo. Entre los cultivos minoritarios destaca la fruta fresca no cítrica. También hay granjas avícolas y de ganado vacuno. En cuanto a la industria no vitivinícola destaca la alimentaria, seguida por la del papel y artes gráficas. La viña articula el ritmo de la comarca, generando una potente industria alrededor del vino

y del cava. La vendimia, que es la época de mayor actividad, se inicia a finales de agosto y se alarga hasta octubre, dependiendo del ciclo de maduración de las diversas variedades de uva. (Ros et al., 2004).

TABLA 9
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Alt Penedès | 66.470 | 69.469 | 73.144 | 77.622 | 93.408 | 104.589 | 106.262 |
| % de Catalunya | 1,09% | 1,13% | 1,17% | 1,24% | 1,34% | 1,39% | 1,41% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes (2016)

La comarca, según datos del IDESCAT (2016), tuvo un PIB per cápita de 30.000 €/hab. (8,5% superior a la media catalana) y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2008) fue de 16.500 €/hab., un 2,2% inferior a la media de Catalunya. En 2013 hubo un descenso del PIB del 0,77%, algo inferior al del 2012 (-0,87%) pero superior al del conjunto de Catalunya (-0,48%). El sector con una aportación más favorable al crecimiento del PIB fue el primario, gracias al fuerte impulso de la agricultura (10,89%), especialmente el subsector del vino y sus derivados (12,44%). (CATALUNYA CAIXA, 2014). Aun así, en la actualidad predomina el sector servicios (Tabla 10), ya que el 58,48% de los afiliados a la Seguridad Social residentes en la comarca en el año 2014 trabajaban en este sector, frente al 17,96% que lo hacía en la industria (IDESCAT, 2016).

TABLA 10
Afiliados a la Seguridad Social y parados por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Alt Penedès | 1.625 | 10.146 | 2.366 | 28.201 |
| % de Catalunya | 3,37% | 2,35% | 1,48% | 1,25% |
| Paro registrado | | | | |
| Alt Penedès | 644 | 1.537 | 837 | 5.004 |
| % de Catalunya | 4,61% | 1,84% | 1,10% | 1,29% |

Fuente: IDESCAT, 2016

A su vez, puede observarse en la tabla que la tasa de paro fue del 17,28% (1,41 puntos menos que el año anterior) (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016). Por otra parte, el PIB turístico tuvo un crecimiento acumulado del 19,18% a lo largo del período 2005-2010 y una aportación directa al PIB global de la comarca del 6,50% (GRIT, 2011).

Por otra parte, el parque de viviendas entre 2001 y 2011 ha crecido un 36,62% (Tabla 11), aumentando en todas las tipologías y destacando las

primeras residencias (el 43,38%), paralelamente al crecimiento demográfico producido en la comarca en este período. Este crecimiento se debe a la cercanía de la comarca al Área Metropolitana de Barcelona (unos 50 km), la buena comunicación (tren, autopista de peaje, carretera nacional) y el inferior precio del suelo urbano y/o urbanizable en relación a otras zonas más cercanas o del litoral barcelonés.

TABLA 11
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 28.219 | 40.459 | 43,38% |
| Secundarias | 5.295 | 5.830 | 10,10% |
| Vacías/Otras | 5.492 | 7.002 | 27,49% |
| Total | 39.006 | 53.291 | 36,62% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

Desde finales de 2011, la comarca forma parte de la marca turística «Costas de Barcelona», que agrupa seis comarcas: en el interior, el Alt Penedès, el Vallès Occidental y el Vallès Oriental; y en la costa, el Maresme, el Baix Llobregat y el Garraf. La importancia actual del turismo en este territorio se refleja en la comparación de su oferta de alojamientos turísticos entre los años 2005 y 2014 (Tabla 12), destacando el turismo rural, que ha crecido más del 100% tanto en el número de establecimientos como en plazas. Por el contrario, aunque la cantidad de hoteles ha aumentado un 11,11%, las plazas disponibles se han reducido en un porcentaje similar (el 11,93%). Respecto al conjunto de Catalunya, representa el 3,43% de la totalidad de establecimientos de turismo rural (2014) y el 3,45% de la totalidad de las plazas ofertadas, mientras que los hoteles solamente son el 0,69 del total de estos establecimientos en Catalunya y el 0,22% de las plazas, lo que señala la baja capacidad de este tipo de alojamientos en la comarca. (IDESCAT, 2016). Además de estos alojamientos, la comarca también dispone de seis casas de colonias (con un total de 332 plazas) y un albergue de juventud (con 60 plazas) (López Palomeque, 2009).

El Penedès es el principal destino vitivinícola de Catalunya y uno de los más importantes de España junto a la Rioja y Jerez de la Frontera. Se trata de una de las Denominaciones de Origen (DO) más antiguas de España². Posteriormente,

2. La República Española publicó en 1932 el «Estatuto del Vino» en forma de decreto, que posteriormente fue convertido en Ley en 1933, en el que se reconocían ya veinte «denominaciones» vinícolas, y una de ellas era el Penedès (Medina y Tresserras, 2008).

en el año 1960 se creó el Consejo Regulador. La DO Penedès es la más extensa de Catalunya, ya que además del Alt Penedès también incluye el Garraf, gran parte del Baix Penedès y algunos municipios del Baix Llobregat, el Anoia, el Tarragonès y el Baix Camp. Su producción anual supera los 1,5 millones de hectolitros (Consell Regulador de la DO Penedès, 2016) y la superficie dedicada a la viña supera las 27.450 hectáreas, con casi 6.000 viticultores y más de 150 bodegas en las que se elaboran las diferentes variedades de vino y cava. Dentro del sector vitivinícola, el cava³ también tiene su centro en el Penedés, donde se concentra más del 95% de la producción española. Tan solo en el área de Sant Sadurní d'Anoia se elabora más del 75% del total. (Medina y Tresserras, 2008).

TABLA 12
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 18 | 20 | 11,11% | 771 | 679 | -11,93% |
| % de Catalunya | 0,69% | 0,69% | -- | 0,30% | 0,22% | -- |
| Turismo rural | 38 | 79 | 107,89% | 306 | 625 | 104,25% |
| % de Catalunya | 2,61% | 3,43% | -- | 2,69% | 3,45% | -- |
| Campings | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 0,00% |
| % de Catalunya | 0,00% | 0,00% | -- | 0,00% | 0,00% | -- |

Fuente: IDESCAT, 2016

Las principales uvas blancas allí elaboradas son: Macabeo, Xarel·lo, Chardonnay, Parellada y Malvasía, aunque actualmente también se están experimentando otras variedades blancas importadas de Francia y Alemania para la elaboración de vinos secos y dulces como, por ejemplo Muscat de Frontignan, Riesling y Chenin Blanc. Entre las variedades de uvas tintas se incluyen: Tempranillo, Garnacha Tinta, Cariñena, Merlot, Cabernet Sauvignon, Monastrell y Samsó. Todas las uvas están agrupadas geográficamente. Así, el Penedès Inferior está plantado de Garnacha, Cariñena y otras uvas destinadas a la elaboración de vinos tintos. En el Penedès Medio se encuentran las diferentes variedades del cava, además de Tempranillo y Cabernet Sauvignon. Por último, en el Penedès Superior se sitúan las nuevas variedades blancas. (ENOTURISMEPENEDÉS, 2016).

Por ello, los principales atractivos de la comarca se encuentran en el paisaje de la viña y la elaboración del vino y del cava. En este contexto recientemente

3. En 1972 se constituyó el Consejo Regulador de los Vinos Espumosos, que ha oficializado la DO Cava (Medina y Tresserras, 2008).

se ha desarrollado el enoturismo, entendido como el tipo de turismo dedicado a promocionar y gestionar la riqueza vitivinícola del territorio. Se trata de un turismo que presenta una estrecha relación con el turismo gastronómico y cultural. Para ello se visitan los viñedos y las bodegas y cavas, se aprende el proceso de elaboración del vino y del cava, se aprecia la arquitectura de sus bodegas y, en la gran mayoría de casos, se obsequia al visitante con una degustación de sus productos. Todo ello complementado por una oferta enogastronómica cada vez más desarrollada y una serie de iniciativas de ocio relacionadas con el enoturismo (Semana del Cava, Cavatast, Semana del Enoturismo, Fiesta de la Vendimia y del Mosto, EnoJazz,...) que permiten consolidar una oferta turística integrada, competitiva y de calidad.

4.1.2. El enoturismo en la comarca

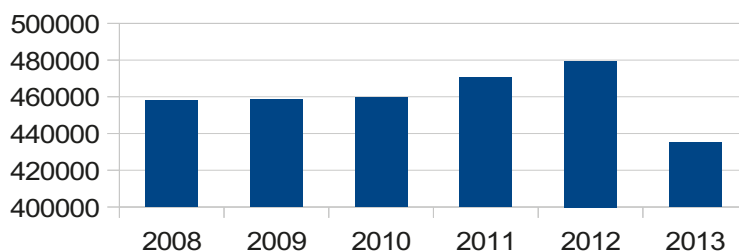
El turismo del vino o enoturismo es una actividad que ofrece una completa experiencia sensorial (Getz y Brown, 2006), ya que con su consumo el visitante puede utilizar todos sus sentidos. Cualquier enoturista, con independencia de sus conocimientos de enología, aprecia paladear los diferentes vinos y cavas, la visita y el olor de las bodegas, aprender a coger una copa para catar un caldo o el sonido que se produce al descorchar una botella (López-Guzmán *et al.*, 2013). Además, se trata de un producto que forma parte de la historia cultural, social, económica y ambiental de los pueblos y de sus habitantes, llegando incluso a definirse de forma más amplia como «el paisaje del vino» (Brunori y Rossi, 2001). Sin embargo, la definición del término «enoturismo» no es uniforme. Así, Hall *et al.* (2000) consideran que el turismo del vino es la experiencia de visitar viñedos, conocer bodegas, asistir a festivales y a demostraciones vinícolas donde la cata del vino o del cava y la experiencia de sus atributos son el principal motivo para la visita. Por su parte, Getz y Brown (2006) consideran que el enoturismo es simultáneamente un comportamiento del consumidor, una estrategia para desarrollar el territorio y un mercado del vino de dicha zona.

La Comarca, aprovechando su liderazgo vitivinícola y que atesora el mayor número de bodegas y cavas de la DO Penedès, ha desarrollado una oferta enoturística para visitar sus bodegas, alojarse entre viñedos, degustar la gastronomía autóctona, catar sus vinos y cavas, participar en sus fiestas populares y descubrir el territorio a través de sus rutas culturales y las rutas entre viñedos. No hay que olvidar que esta comarca es sede de los tres principales grupos multinacionales catalanes del vino y del cava: Codorniu, Freixenet y Torres, cuyos centros de visitantes concentran casi el 75% de las 435.358 visitas enoturísticas recibidas en el año 2013 en las bodegas de la comarca (ACEVIN, 2014).

El desarrollo del enoturismo ha sido sostenido a lo largo de estos últimos años (Figura 18), de manera que los visitantes han aumentado durante el período 2008-2012, con crecimientos anuales entre el 0,12% y el 2,37%. Solamente en el año 2013 se ha producido un descenso (un -9,21% respecto al año anterior). Sin embargo, la mayor parte de las visitas se han focalizado en las tres empresas ya

mencionadas. Así, Codorniu recibió 104.277 visitantes en 2013 (un 9,13% más que en el año anterior), destacando los turistas rusos. A su vez, en Freixenet se recibieron en el mismo año 99.354 visitas⁴, de las que el 72% eran extranjeros, especialmente alemanes, norteamericanos, franceses, surcoreanos, belgas, rusos e ingleses. Tanto Codorniu como Freixenet disponen de un programa de visitas en sus cavas de Sant Sadurn d'Anoia. Por su parte, las Bodegas Torres, que disponen de un gran centro de visitantes en la localidad de Pals del Penedès, recibieron 120.000 visitas en 2013 (ACEVIN, 2014).

FIGURA 18
Evolución de visitantes de enoturismo Penedès (2008-2013)



Fuente: ACEVIN, 2014

El enoturismo es una actividad que permite una desestacionalización de las visitas, normalmente mayoritarias durante los fines de semana, los puentes o los períodos vacacionales cortos, siendo octubre el mes con mayor visitas y enero el menor (DIBA, 2014). La motivación principal de los participantes en esta actividad es la cultura del vino en primer término, y no como oferta complementaria de otros tipos de turismo más desarrollados. Y no sólo eso, sino que este turismo también es un reclamo para disfrutar de otras opciones turísticas en el mismo espacio, como descubrir el territorio a través de sus rutas culturales o senderos entre viñedos (Figura 19), las visitas a los museos y edificios emblemáticos relacionados con el vino y el cava, el alojamiento entre viñedos, la gastronomía y las fiestas populares (Medina y Tresserras, 2008).

Se trata de una comarca con una interesante gastronomía propia, muy basada en las aves. No en vano, los huevos de la zona eran considerados los más caros de Catalunya y aún hoy se mantiene la Feria del Gallo de Vilafranca. Por ello sus restaurantes presentan una carta basada en estos productos, aunque también ofrecen platos de temporada, como el «xató», también típico de las comarcas del Baix Penedès y el Garraf. No podemos olvidar tampoco la repostería tradicional

4. Se incluyen las visitas a las bodegas de Segura Viudas.

(las «cocas dulces» de Vilafranca, los «gelidencs» de Gelida, las «cocas de las Viudas o los Noiets» de Sant Sadurní y los «carquiñolis» de Sant Quintí o de Torrelles de Foix), además de las propuestas específicas de los maestros chocolateros de la comarca, como la empresa Simón Coll y otros (Enoturismepenedes, 2015). También es destacable el Museo de las Culturas del Vino de Catalunya, en Vilafranca del Penedès, auspiciado por el Ayuntamiento de dicha ciudad y la Caja de Ahorros del Penedès, que crearon una fundación privada para su gestión y que lo han convertido en un referente europeo de los museos del vino (Medina y Tresserras, 2008).

FIGURA 19
Viñedos en invierno en el Alt Penedès



Fuente: JM Prat, 2016

Así pues, la comarca se ha convertido en un destino enoturístico sostenible y de calidad, con un clúster turístico en torno al vino y el cava que se va consolidando. Las entidades públicas y privadas y los agentes involucrados están realizando esfuerzos para preservar y proteger el paisaje cultural y productivo, intentando mantener un crecimiento equilibrado, mejorando la equidad y cohesión social del territorio, manteniendo su identidad cultural, generando empleo y optimizando las inversiones productivas en la industria vitivinícola (Figura 20).

FIGURA 20
Cavas y viñedos de la heredad de Segura Viudas



Fuente: JM Prat, 2016

Sin embargo, a pesar del desarrollo experimentado en los últimos años, todavía se detectan carencias significativas. La principal es que se trata de un turismo muy concentrado alrededor de las tres empresas más importantes del sector –Torres, Codorniu y Freixenet (Figura 21)–, resultando casi residual, en comparación, la participación de las otras bodegas y cavas, de tamaño mucho más pequeño, a las que todavía les falta tanto confianza en las posibilidades del enoturismo y sus ventajas económicas a medio y largo plazo, como una inversión específica en este ámbito. Además, en estas bodegas no suele existir aún personal especializado en turismo (Brusis, 2007).

FIGURA 21
Exterior de la entrada principal de las Cavas Freixenet

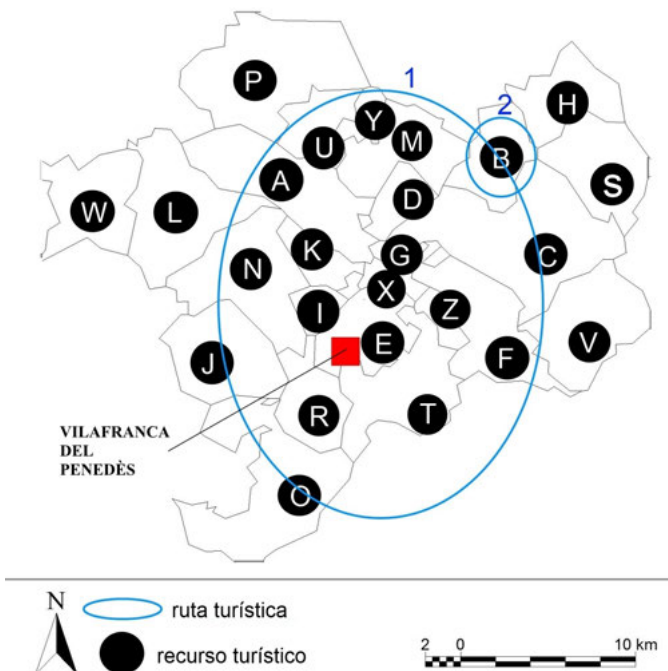


Fuente: JM Prat, 2016

La oferta de enoturismo del Alt Penedès está repartida entre 25 municipios y presenta un amplio abanico de recursos y actividades (Figura 22). En la actualidad forman parte de esta marca turística en la comarca: 71 cavas y bodegas, 4 museos y espacios culturales, 28 alojamientos, 33 restaurantes, 1 academia de cursos de cata de vinos y cavas, 7 enotecas, empresas de productos de la tierra y comercios especializados, 14 empresas de servicios turísticos y 4 viticultores; además de 3 oficinas de turismo y 9 rutas guiadas.

Se trata de un producto turístico muy consolidado, que aglutina un conjunto de recursos que incluyen alojamientos, restaurantes, empresas relacionadas con el vino y, sobre todo, actividades centradas en poner en valor experiencias y sensaciones de los visitantes. Podemos afirmar, que la comarca en los últimos 20 años lleva desarrollando un clúster turístico muy consolidado con el apoyo de los agentes locales, la administración y las entidades privadas. Es un ejemplo de cómo se ha pasado de una comarca eminentemente agrícola y de transformación agroalimentaria sin un bagaje turístico a poner en valor el paisaje de la viña, y las experiencias a partir del producto del vino y mucho más recientemente el cava. Las visitas a las bodegas, inicialmente a las grandes, como Codorniu y Freixenet, ha diseminado el interés por el conocimiento de la elaboración del vino y cava y las catas y visitas a las bodegas, cada vez más a las de tamaño mediano y pequeño.

FIGURA 22
Situación geográfica de los recursos del enoturismo en la comarca



| Nº | Población | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|----|------------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|
| A | Font-rubí | 9 | | | | | | 1 | |
| B | Sant Sadurní d'Anoia | 17 | 2 | 9 | | 1 | 2 | 4 | |
| C | Subirats | 11 | 3 | 6 | | 1 | | 1 | |
| D | El Pla del Penedès | 2 | 1 | | | | | | |
| E | Vilafranca del Penedès | 4 | 2 | 7 | | 2 | 1 | 4 | |
| F | Avinyonet del Penedès | 5 | | | | | | | 1 |
| G | Santa Fe del Penedès | 2 | | | | | | | |
| H | Sant Llorenç d'Hortons | 1 | | | | | | | |
| I | Pacs del Penedès | 2 | 1 | 1 | | | | | |
| J | Castellví de la Marca | 4 | | 1 | | | | | |
| K | Vilobí del Penedès | 3 | 1 | | | | | | |
| L | Torrelles de Foix | 1 | 5 | | | | | | |
| M | Torrelavit | 4 | 1 | | | | | | |
| N | Sant Martí Sarroca | 1 | 4 | 3 | | | | 1 | 1 |
| O | Castellet i la Gornal | 2 | 1 | | | | | | |
| P | Mediona | 1 | | | | | | | |
| R | Santa Margarida i els Monjos | | | 1 | | | 1 | | 1 |
| S | Gelida | 1 | | | | | | | 1 |
| T | Olèrdola | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| U | Sant Quintí de Mediona | | 1 | 1 | | | | 1 | |
| V | Olesa de Bonesvalls | | | 1 | | | | | |
| W | Pontons | | 4 | 1 | | | | | |
| X | La Granada | | | 1 | | 2 | | | |
| Y | Sant Pere Riudebitlles | 1 | 1 | | | | | | |
| Z | Sant Cugat Sesgarrigues | | | | | | | 1 | |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

Siendo: 1 = cavas y bodegas
 2 = alojamientos
 3 = restaurantes
 4 = cursos de cata de vino y cava
 5 = enotecas, comercios especializados y productos de la tierra
 6 = museos y espacios culturales
 7 = empresas de servicios turísticos
 8 = viticultores

A continuación se presenta un cuadro descriptivo con los puntos de información turística existentes en la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con este clúster enoturístico (Tabla 13).

TABLA 13
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|---|---|
| Oficina de Turismo de Sant Sadurní d'Anoia Oficina de Turismo de Vilafranca del Penedès Oficina de Turismo de Subirats | Consorcio de Promoción Turística del Alt Penedès Consejo Comarcal del Alt Penedès Patronato de Turismo de Subirats |
| Asociaciones locales | Patronato de Turismo de Sant Sadurní d'Anoia |
| Asociación de Viticultores del Penedès | Patronato de Turismo de Vilafranca del Penedès Ayuntamiento de Vilafranca del Penedès |
| Organizaciones empresariales | Ayuntamiento de Vilafranca del Penedès |
| Consejo Regulador del Cava Asociación Vinícola Catalana DO Penedès Pimecava Asociación de Empresarios del Alt Penedès Gremio de Hostelería y Turismo del Alt Penedès Asociación Catalana de Enólogos | Ayuntamiento de Sant Sadurní d'Anoia Ayuntamiento de Gelida Ayuntamiento de Les Cabanyes Ayuntamiento de Castellet i la Gornal Ayuntamiento de Sant Llorenç d'Hortons Ayuntamiento de Font-rubí Ayuntamiento de Avinyonet del Penedès Ayuntamiento de Sant Quintí de Mediona |
| | Instituciones de investigación |
| | Instituto del Cava |

Fuente: elaboración propia

4.2. El caso del Alto Vinalopó

Antonio Martínez Puche

4.2.1. El territorio

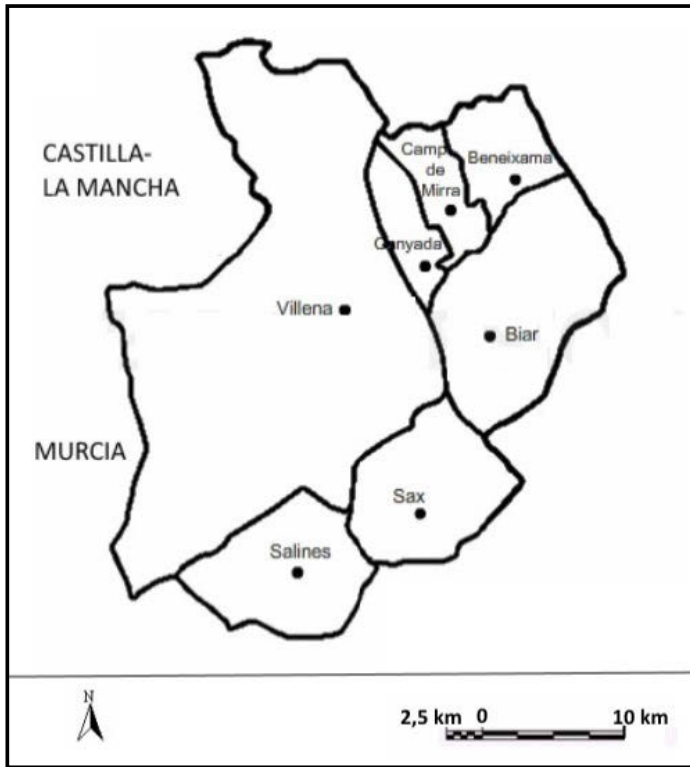
La comarca del Alto Vinalopó, situada en el noroeste de la provincia de Alicante (Figura 23), limita al norte con las comarcas valencianas de la Costera y el Valle de Albaida, al este con la comarca de la Hoya de Alcoy, al sur con la del Vinalopó Medio y al oeste con Castilla-La Mancha y la Comunidad Autónoma de Murcia. Está conformada por siete municipios (Figura 24) y presenta una superficie de 644,76 km² con un total de 52.291 habitantes; lo que supone una densidad de población de 82,1 hab/km² (Tabla 14).

FIGURA 23
Mapa de situación del Alto Vinalopó



Fuente: elaboración propia

FIGURA 24
Términos municipales del Alto Vinalopó



Fuente: elaboración propia

Este territorio presenta una economía diversificada, basada en la industria (calzado, textil), una agricultura productiva en frutales y hortalizas que ha mantenido un peso específico gracias a empresas y cooperativas locales, y una reforzada actividad en comercio y servicios, sobre todo en Villena, ciudad que ejerce de capital comarcal.

TABLA 14
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab/km ²) | Número de municipios |
|----------------------|-------------------------------|-----------|---------------------------------|----------------------|
| Alto Vinalopó | 644,76 | 52.941 | 82,1 | 7 |
| Comunidad Valenciana | 2,77% | 1,05% | - | 1,29% |

Fuente: INE (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

En la comarca predominan las calizas, margas y arcillas, que componen la geomorfología de la zona, como la Sierra de las Salinas, que alcanza su máxima altitud de 1.123 m, en el conocido como Pico de la Capilla. Por otra parte, la temperatura media es de 14° C y la precipitación media anual supera los 300 mm, presentando oscilaciones térmicas diarias notables, de unos 15° C de gradiente, presentado un comportamiento de clima mediterráneo desnaturalizado. El período de máximas lluvias se registra durante los meses de primavera y otoño con cotas muy bajas que van entre 350 y 380 mm/anuales. Las altas temperaturas y la escasez de precipitaciones, junto con la irregularidad de éstas, ilustran la aridez de la comarca del Alto Vinalopó, que va aumentando a medida que nos aproximamos hacia su parte más oriental.

En cuanto a su estructura demográfica por edades, los resultados presentados en la Tabla 15, permiten observar que el 15,41% de la población de la comarca en 2014 es menor de quince años, mientras que otro 67,32% se encuentra entre quince y sesenta y cinco años y el 17,27% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de la Comunidad Valenciana, el 1,08% de los jóvenes valencianos menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 1,07% de la población entre quince y sesenta y cinco años y el 1,01% de los mayores de sesenta y cinco años. Se trata de una comarca que presenta un crecimiento demográfico sostenido, pasando de 48.168 habitantes en 1996 a 52.941 en 2014.

TABLA 15
Estructura por edades (2014)

| | <15 | 15-65 | >65 |
|------------------------------|-------|--------|-------|
| Alto Vinalopó | 8.160 | 35.638 | 9.143 |
| % de la Comunidad Valenciana | 1,08% | 1,07% | 1,01% |

Fuente: INE (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

Asimismo, la aportación de esta comarca al conjunto de la población de la Comunidad Valenciana ha pasado del 1,20% en 1996 hasta el 1,05% en 2014 (Tabla 16). La capital de la comarca, Villena, tenía 34.530 habitantes en el año 2014; siendo Sax (9.741 habitantes) y Biar (3.670 habitantes) las dos otras poblaciones más pobladas (INE, 2016).

TABLA 16
Evolución demográfica (1996-2014)

| | 1996 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Alto Vinalopó | 48.168 | 48.486 | 52.170 | 53.797 | 52.941 |
| % de la Comunidad Valenciana | 1,20% | 1,18% | 1,11% | 1,05% | 1,05% |

Fuente: INE (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

Hay que destacar un crecimiento poblacional acompasado hasta el 2010, que en 2014 se ha visto mermado en los municipios más grandes y que no ha afectado a los municipios de Salinas, Campo de Mirra y Cañada. Especial mención merece el municipio de Salinas, que consolidó las empresas de sus polígonos industriales a través de INALVISA (agencia de desarrollo local), consiguiendo favorecer la localización de empresas y la acogida de mano de obra inmigrada, sobre todo procedente de Elda, Sax y Villena. Dinámica que se ha estabilizado y que ha favorecido la estabilización de población con el reflejo también en el mantenimiento y consolidación del parque de viviendas en estos años en la Comarca del Alto Vinalopó. La población no presenta elevados índices de envejecimiento, aunque estos son algo más elevados en municipios pequeños, por la mayor incidencia de la emigración.

En relación a las actividades económicas, la mayor parte de las industrias de la comarca están organizadas en sistemas productivos locales altamente especializados, con predominio de pequeñas y medianas empresas que mantienen fuertes relaciones entre sí y con el territorio. Un modelo que ha sido asociado con el concepto de distrito industrial, donde el elevado grado de especialización sectorial y territorial característico de este tipo de áreas, ha persistido hasta nuestros días utilizando como criterio principal la especialización municipal en sectores productivos dinámicos⁵.

Durante la pasada década algunos municipios que estaban especializados en industria y servicios, como Villena, comenzaron a dedicarse a la construcción. También en municipios más pequeños y con una alta especialización en la agricultura, como Beneixama, Camp de Mirra y Cañada, no descendió el sector de la agricultura, pero se acogieron a la construcción por el trasvase de mano de obra experimentado. Con la recesión económica de los últimos años, observamos que estos sectores se han resentido con altos índices de paro registrados (Tabla 17). De hecho en 2014, con un tasa de actividad en la comarca del 74,72%, según el Instituto Valenciano de Estadística, la tasa de ocupación estaba alrededor del 51,54%. Asimismo, la tasa de paro de la comarca ha ido aumentando con la crisis, llegando hasta el 32,44% en el 2013, reduciéndose al 27,01% en el 2014.

La comarca se ha caracterizado por su industria y también por disponer de una agricultura y un comercio, que a través de la trajinería, sentó las bases de estructuras protoindustriales en la segunda mitad del siglo XIX (Martínez, 1998; Ponce y Martínez, 2003). No hay que olvidar que el ferrocarril, unido al eje carretero que unía el puerto de Alicante con el interior meseteño, también contribuyó a un devenir próspero que activó los intercambios comerciales y la producción agroindustrial, forjando un carácter empresarial y emprendedor.

5. El profesor Ybarra fue quien sistematizó y delimitó los distritos industriales en la Comunidad Valenciana (1991) estableciendo 11 distritos industriales para toda la Comunidad Valenciana, 9 de los cuales estaban relacionados con actividades industriales manufactureras, de los que 3 se localizan en el Valle del Vinalopó (calzado, textil y piedra natural).

TABLA 17
Paro registrado a nivel municipal por sectores de actividad (en %)
(2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------|--------------------|------------------|---------------------|------------------|
| Beneixama | 23,5 | 7,6 | 21,2 | 34,8 |
| Biar | 5,6 | 10,2 | 34,2 | 41,5 |
| Camp de Mirra | 16,0 | 10,0 | 16,0 | 46,0 |
| Cañada | 11,6 | 11,6 | 17,9 | 48,4 |
| Salinas | 8,6 | 7,9 | 41,4 | 39,1 |
| Sax | 2,0 | 6,5 | 37,9 | 40,8 |
| Villena | 8,2 | 9,5 | 30,4 | 13,4 |

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística (IVE), 2016

Respecto al parque de viviendas existentes en la comarca, tal como puede apreciarse en la Tabla 18, entre los años 2001 y 2011 se ha producido un crecimiento del 18,11%, aumentando algo más del 20% tanto las primeras viviendas como las secundarias. Por tipología puede observarse que la mayoría de viviendas existentes son residencias permanentes.

TABLA 18
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|-------------|-------------|----------------------------------|
| Principal | 16.741 | 20.336 | 21,47% |
| Secundaria | 3.999 | 4.838 | 20,98% |
| Vacías/Otras | 4.677 | 4.845 | 3,59% |
| Total | 25.417 | 30.019 | 18,11% |

Fuente: INE (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas (2001 y 2011)

Respecto al desarrollo turístico de la comarca, hay que significar dos antecedentes en el turismo de interior de las Comarcas del Alto y medio Vinalopó. En primer lugar, la constitución de la Asociación para el Desarrollo del Alto Vinalopó (ADAV)⁶. El ámbito de actuación de esta asociación comprendió 10 municipios de las comarcas del Alto y Medio Vinalopó (Banyeres de Mariola, Beneixama, Biar, Camp de Mirra, Cañada, La Romana, Monóvar, Salinas, Sax y Villena). El

6. Entidad sin ánimo de lucro constituida como grupo de acción local para la gestión de los fondos del programa PRODER (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales), y que abarcó desde 1996 hasta que acabó su gestión en 2008.

papel del ADAV, en la dos convocatorias del programa PRODER, fue la revalorización del patrimonio local y el apoyo a iniciativas que potenciaron el turismo de interior (alojamientos, oferta complementaria, señalética, publicaciones) (Díez, 2008). No obstante, también se realizaron inversiones público-privadas orientadas a la recuperación de actividades artesanales, la creación y acondicionamiento de museos, la promoción turística, la formación y profesionalización del sector turístico.

De este modo, se ha fomentado el agroturismo y el turismo rural, valorándose especialmente la creación de alojamientos rurales mediante la rehabilitación de edificios situados en el casco antiguo o de especial valor paisajístico; actuaciones de turismo cultural con la creación de empresas o prestación de servicios destinados al conocimiento y divulgación de los monumentos, expresiones festivas tradicionales o costumbres autóctonas; celebración de jornadas, seminarios, rutas o publicaciones encaminadas a la promoción turística de la comarca; proyectos de turismo relacionado con la salud y la calidad de vida, el turismo de aventura; así como actuaciones de señalización o recuperación de senderos o caminos para la creación de rutas de senderismo o cicloturismo. Así se sentaron las bases para articular no sólo los recursos turísticos de la comarca, sino también productos, aunque no han terminado de cuajar en las poblaciones del Vinalopó, ya que tan sólo se han producido acciones aisladas y municipales, que no ayudan a generar una marca común, ni una estrategia consensuada en materia de turismo local y ocio de proximidad.

El segundo hito a destacar, también se dio en 1996, con la constitución del consorcio de municipios «Isla de Interior», para la gestión mancomunada de recursos turísticos en las comarcas del Alto y Medio Vinalopó⁷. El proyecto buscaba incentivar aspectos de la economía interna de estrecha relación con las posibilidades turísticas de la zona y la generación de empleo con la expansión de los servicios existentes o la creación de otros nuevos. Uno de los objetivos a más largo plazo estribaba en la recuperación de casas rurales aptas para el turismo de interior, para lo que se realizó un inventario de las mismas. También la oferta turística se apoyaba en recursos disponibles de carácter cultural, gastronómico, vinícola y paisajístico. La promoción de este consorcio suponía la adaptación de una serie de rutas monográficas, idóneas para la excursión de una jornada (excursionistas y ocio de proximidad), que buscaban una clara complementariedad con el sol y playa de la costa alicantina. Sin embargo, la marca «Isla de Interior» terminó disolviéndose el 1 de enero de 2006, por el marcado localismo de sus nueve municipios y la falta de sensibilización por parte de los poderes locales y de la propia población para establecer políticas coordinadas que articularan los diferentes recursos culturales y monumentales.

7. Con nueve municipios, se estableció una imagen corporativa y de marca diferenciada y se editó material divulgativo y promocional, para la asistencia a ferias nacionales e internacionales, incluida FITUR.

En la actualidad, otra actividad que se está potenciando en la comarca es el enoturismo (Jover, 2009; Martínez, 2014). A principios del 2008 se creó la Ruta del Vino de la Denominación de Origen Alicante. En ella participaron algunos municipios del Alto y Medio Vinalopó. En mayo de 2014 se aprobó la certificación de las rutas del Vino de Alicante y Campo de Cariñena. Según datos publicados por la Denominación de Origen Vinos de Alicante, el interés por la viticultura atrajo en 2013 a 31.000 personas a la provincia. Sin ir más lejos, la bodega Francisco Gómez, en el término municipal de Villena, recibía en el año 2009 a 2.000 visitantes y en 2014 recibió a 6.300 visitantes. En este sentido, no es de extrañar que, cada vez más, las bodegas se estén enfocando hacia el enoturismo más allá de la producción de uva y la elaboración de vinos.

La comarca no ha tenido tradición turística pero en los últimos años, son de gran importancia las fiestas de Moros y Cristianos que se llevan a cabo en diversas poblaciones de la comarca como conmemoración histórica de las batallas que se libraron durante la Reconquista, por la cual los reinos hispánicos cristianos retomaron el poder sobre sus antiguos dominios, que habían sido ocupados por los mahometanos. Se conmemora así mismo todo el período de rebeliones sarracenas, ataques de piratas berberiscos, así como la definitiva expulsión de los moriscos, que tiene lugar en el S. XVII, fecha en la que en algunos casos, tienen ya su origen los albores de esta celebración⁸.

Así pues, las renovadas tipologías turísticas vinculadas a la tradición cultural, como las fiestas de Moros y Cristianos, y el enoturismo, suponen una oportunidad que cumple la teoría de larga cola (*long tail*), en el área de influencia del sol y playa del que participa el territorio aquí analizado (Martínez, 2013). Ya que el enoturismo y el turismo cultural (vinculado a los castillos, patrimonio y fiestas de Moros y Cristianos) pueden suponer en datos y sinergias, valores que favorecen la fidelización de los visitantes, aprovechando recursos existentes en el territorio, optimizando infraestructuras y consolidando productos turísticos basados en lo vivencial, experiencial y diferencial.

Sin embargo, hay que significar que la oferta actual de alojamientos turísticos en la comarca sea escasa (Tabla 19), concentrándose sobre todo en los municipios de Biar y Villena, predominando los excursionistas y las visitas de proximidad de un solo día. La oferta de campings es inexistente y sólo hay dos apartamentos turísticos con un total de 23 plazas.

8. La fiesta de Moros y Cristianos de Villena es una de las más antiguas y más multitudinarias. Su origen está en 1474, cuando según la leyenda, la Virgen de las Virtudes, abogada contra la peste, fue proclamada patrona de la ciudad (Hernández et al., 2000).

TABLA 19
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 5 | 8 | 60% | 184 | 260 | 41,30% |
| % de la Comunidad Valenciana | 0,47% | 0,67% | -- | 0,15% | 0,19% | -- |
| Turismo rural | 9 | 13 | 44,44% | 82 | 108 | 31,71% |
| % de la Comunidad Valenciana | 1,11% | 1,24% | -- | 1,40% | 1,36% | -- |
| Campings | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 0,00% |
| % de la Comunidad Valenciana | 0,00% | 0,00% | -- | 0,00% | 0,00% | -- |

Fuente: IVE, 2016

4.2.2. El turismo alrededor de las fiestas de Moros y Cristianos

La huella de la historia se ha hecho notar en los paisajes y en las tradiciones de la comarca, teniendo en cuenta que sus pueblos han sido frontera económica, lingüística, defensiva y cultural. Atiende a este carácter fronterizo, las fiestas de moros y cristianos, pero sobre todo la representación del *Tratat D'Almizra*, que desde 1976 se representa año tras año, por parte de la población local, en uno de los pueblos más pequeños del Vinalopó (Camp de Mirra). En este contexto se enmarcan las fiestas de Moros y Cristianos (Figura 25), que conmemoran desde hace más de 200 años los enfrentamientos fronterizos entre las tropas de ambos bandos en la Reconquista. Serán durante los siglos XVI y XVII cuando se vayan desarrollando y en el siglo XIX, cuando se popularicen en la provincia de Alicante. En el caso de Villena, tenemos que destacar que en febrero de 2015 fueron declaradas de Interés Turístico Nacional (BOE, nº 50, viernes 27 de febrero de 2015).

La capital de la comarca, Villena, se ha consolidado como foco de atracción de los turistas que visitan la zona gracias a la valorización de sus recursos (patrimonio cultural y natural, las fiestas y la gastronomía) y mejorando los equipamientos museísticos (Museo Arqueológico y Castillo de la Atalaya). Como consecuencia, ya en el año 2000, recibió alrededor de 10.000 visitantes (la mayoría procedentes de la Comunidad Valenciana). A partir del año 2005 la procedencia de visitantes se va diversificando, sin olvidar el turismo extranjero, sobre todo ingleses, franceses y alemanes, que supusieron el 6'19% de las visitas. De este modo, en 2014, Villena recibió 60.674 visitas, que supuso un 66% más que las recibidas en 2013. Este espectacular crecimiento también se debe a que durante año y medio, el Castillo de la Atalaya (principal reclamo turístico), estuvo cerrado por obras de rehabilitación, excavaciones y acondicionamiento del monumento. Pero sin duda es el recurso que más visitas recibió en 2014 año, con un total de 21.778 personas de las que el 78% lo hizo a través de las visitas guiadas, que se ofrecen desde la Oficina de Turismo y el centro de recepción de visitantes. Esta última infraestructura es el segundo lugar más visitado con un total de 13.024 visitas al año (21% del total). El tercer recurso más visitado fue el Museo Arqueológico José María

Soler, con un total de 11.492 visitas (19%) y que alberga el conocido Tesoro de Villena. Completando el paquete cultural, y en cuarto lugar del registro de visitas, la Iglesia arciprestal de Santiago, que contabilizó un total de 3.145 visitantes. En cuanto a la estacionalidad, fue el mes de abril, el que más visitas presentó con el 14'4%, debido a la Semana Santa, seguido de agosto con el 11% y de mayo con 10,2%. (Turismo Villena, 2014).

FIGURA 25

Portal web de la Revista «Día 4 que fuera» de las Fiestas de Villena



Fuente: Junta Central de Fiestas de Villena

También durante 2014, se inició la tramitación del expediente de las centenarias fiestas de Moros y Cristianos, para transformarlas en Fiestas de Interés Turístico Nacional, ya que desde la Secretaria de Estado de Turismo, se había puesto de manifiesto la necesidad de cumplir como requisitos incrementar el número de inserciones publicitarias o noticias (con utilidad promocional) publicadas o emitidas en medios de comunicación de ámbito nacional (prensa, radio, televisión). De este modo se estableció una campaña cuyos objetivos fueron: conseguir presencia mediática a nivel nacional; proyectar una imagen atractiva, consiguiendo un posicionamiento diferencial de las fiestas de Moros y Cristianos villenenses; establecer y consolidar un producto que complemente la oferta turístico-cultural del municipio; implicar a la comunidad local en la acción promocional; propiciar un

merchandising que contribuya a difundir las fiestas; y facilitar vías de autofinanciación de la campaña.

Las fiestas de Moros y Cristianos, más allá de ser un grandioso espectáculo se trata de unas celebraciones muy arraigadas en la población local y que se viven intensamente como una experiencia vital, personal y colectiva. Este sentimiento de pertenencia se concreta en la multitudinaria participación⁹, preservando la autenticidad y las señas de identidad sociocultural, y potenciando los valores tradicionales y los recursos autóctonos. (Figura 26)

FIGURA 26
Desfiles de Moros en Villena



Fuente: Antonio Martínez Puche (2016)

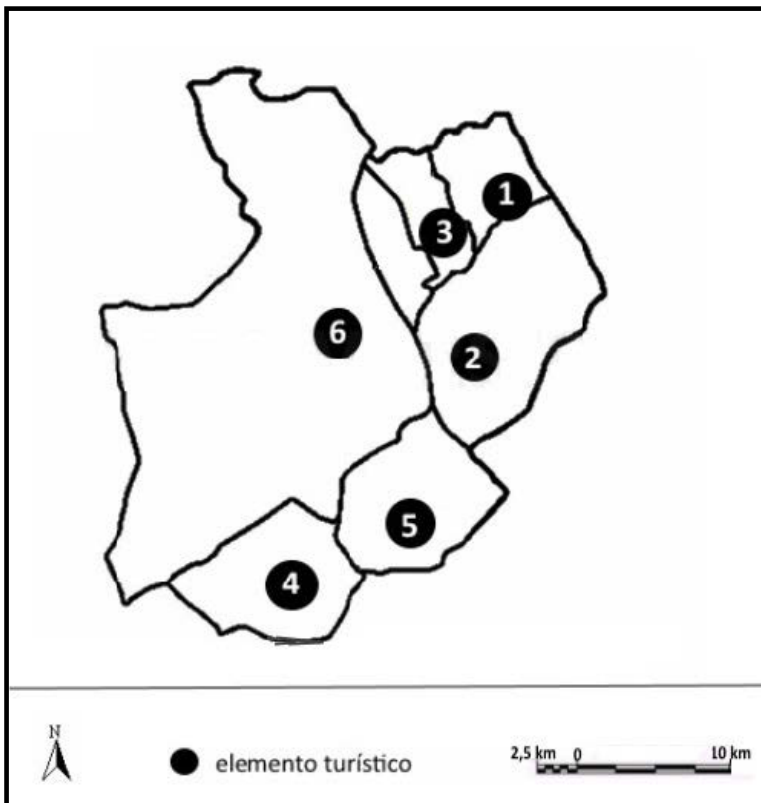
En la comarca no sólo Villena, con sus 14 comparsas, celebra cada año del 5 al 9 de septiembre este tipo de fiestas sino que también lo hacen otros municipios, como Biar (del 10 al 13 de mayo y con siete comparsas), Sax (del 1 al 5 de febrero y con cuatro comparsas), Beneixama (del 6 al 10 de septiembre y con cuatro comparsas), Salinas (en mayo y con tres comparsas) y Campo de Mirra (del 20

9. Más de 14.000 personas participan activamente en los desfiles que se celebran en Villena entre festeros y festeras, boatos, bandas de música, etc.

al 26 de agosto y con dos comparsas). Así pues, las fiestas de Moros y Cristianos son unas actividades turístico-culturales de gran tradición en la comarca, siendo muy importante el apoyo de los organismos públicos y las asociaciones locales. Recientemente las fiestas han sido un reclamo turístico de visitantes y se han dado a conocer fuera del ámbito comarcal. Sin embargo, continúa siendo una actividad excesivamente local en donde participa la población del entorno, pero no ha llegado a dar el paso a un nivel más nacional o internacional. Podemos afirmar que es un clúster con potencialidad turística, pero poco consolidado y en donde los productos turísticos culturales existen pero no se han interconectado de forma que se pueda hablar de clúster turístico de interior.

Seguidamente se presenta un mapa de situación de estas fiestas en la comarca (Figura 27) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con este producto (Tabla 20).

FIGURA 27
Situación geográfica de las fiestas de Moros y Cristianos en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--|----------------|
| 1 | Fiesta de Moros y Cristianos de Beneixama | Beneixama |
| 2 | Fiesta de Moros y Cristianos de Biar | Biar |
| 3 | Fiesta de Moros y Cristianos de Campo de Mirra | Campo de Mirra |
| 4 | Fiesta de Moros y Cristianos de Salinas | Salinas |
| 5 | Fiesta de Moros y Cristianos de Sax | Sax |
| 6 | Fiesta de Moros y Cristianos de Villena | Villena |

Fuente: elaboración propia

TABLA 20
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|---|--|
| Centro de Recepción de Visitantes de Villena Oficina de Turismo de Biar | Ayuntamiento de Villena Ayuntamiento de Sax Ayuntamiento de Beneixama Ayuntamiento de Biar Ayuntamiento de Campo de Mirra Ayuntamiento de Salinas |
| Asociaciones locales | Organizaciones empresariales |
| Junta Central de Fiestas de Moros y Cristianos de Villena AAVV El Rabal (Villena) UEFMYC de Beneixama Societat Unió Musical de Biar Unión Musical de la Pobla del Duc (Biar) Sociedad Musical La Pau (Beneixama) AAVV Salinas Sociedad Unión Musical y Artística de Sax Asociación El Rabalillo (Villena) | Círculo Agrícola Mercantil Villenense Asociación de Comercios y Empresarios de Biar Asociación de Hostelería y Turismo de Biar |
| | Instituciones de investigación |
| | Universidad de Alicante |

Fuente: elaboración propia

4.3. El caso de la Anoia

Gemma Cànoves

4.3.1. El territorio

La Anoia es una comarca de la provincia de Barcelona que limita al norte con el Solsonès; al oeste con la Segarra, la Conca de Barberà y el Alt Camp; al sur con el Alt Penedès; y al este con el Baix Llobregat y el Bages (Figura 28). Forma parte de la Depresión Central catalana, en la franja de contacto con la Sierra Prelitoral. En su parte más septentrional presenta una plataforma calcárea situada a unos 700 m de altitud y que continúa hacia el sudoeste formando el Altiplano Central hasta las sierras de Brufaganya y Ancosa. En el noroeste está la Sierra de Rubió, que separa la cuenca de erosión y el altiplano de Calaf, y en el sudeste se encuentra el Macizo de Montserrat (Mata y Sanz, 2015).

FIGURA 28
Mapa de situación de la Anoia



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

La comarca tiene un clima de transición entre mediterráneo y continental subhúmedo, con un marcado contraste térmico entre las estaciones, con inviernos largos

y fríos en buena parte del territorio y veranos cortos y calurosos (Aymamí, 2011). La Cordillera Pre-Litoral impide a menudo que las corrientes del sudeste, portadoras de lluvias, lleguen al interior de la comarca o bien lo hagan de manera muy débil. El principal río que recorre la comarca, y le da nombre, es el Anoia, pero no es el único. Así, en el norte está el Llobregós, que desemboca en el Segre. En el nordeste, la riera de Rajadell lleva sus aguas hasta el Llobregat y en el sudoeste el Gaià entra en la comarca por la riera de Bellprat. Las reducidas dimensiones de su cuenca hidrográfica y la escasez de precipitaciones hacen que su caudal sea escaso, aunque su intensivo aprovechamiento ha permitido, desde hace tiempo, la instalación en su ribera de numerosos molinos (papeleros, textiles y harineros) y curtidurías (Termens, 1985).

La Anoia ocupa una superficie de 866,30 km² y su población era de 117.843 habitantes en el año 2014 (el 1,57% de la de Catalunya), siendo su densidad demográfica de 136,03 hab./km². (Tabla 21). En la actualidad está dividida administrativamente en 33 municipios, agrupados en tres ámbitos territoriales bien diferenciados y que condicionan su desarrollo: la Alta Anoia, la Cuenca de Òdena y la Anoia Sur. La capital, Igualada, tiene 38.751 habitantes y otras poblaciones con más de 5.000 habitantes son: Piera (15.000), Vilanova del Camí (12.506), Santa Margarida de Montbui (9.641), Masquefa (8.406) y Capellades (5.284). (IDESCAT, 2016).

TABLA 21
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Anoia | 866,30 | 117.843 | 136,03 | 33 |
| % de Catalunya | 2,70% | 1,57% | - | 3,48% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

En cuanto a su estructura demográfica, si se consideran tres grandes grupos de edades (menores de 15 años; entre 15 y 65 años; mayores de 65 años), los resultados presentados en la Tabla 22 permiten observar que el 17,74% de la población de la comarca en 2014 es menor de quince años, mientras que otro 65,50% se encuentra entre quince y sesenta y cinco años y el 16,76% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Catalunya, el 1,69% de los jóvenes catalanes menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 1,54% de la población entre quince y sesenta y cinco años y el 1,48% de los mayores de sesenta y cinco años. Se trata, así pues, de una comarca con una cantidad porcentual de jóvenes superior a la media catalana y que presenta un crecimiento demográfico sostenido, pasando de 79.890 habitantes en 1985 a 117.843 en 2014 (Tabla 23). En dicha tabla también se puede observar como la aportación de esta comarca al conjunto de la población de Catalunya ha pasado del 1,31% en 1985 hasta el 1,57% en 2014.

TABLA 22
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Anoia | 20.900 | 77.185 | 19.757 |
| % de Catalunya | 1,69% | 1,54% | 1,48% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

TABLA 23
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Anoia | 79.890 | 82.455 | 86.463 | 89.976 | 105.376 | 118.057 | 117.843 |
| % de Catalunya | 1,31% | 1,34% | 1,39% | 1,44% | 1,51% | 1,57% | 1,57% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes

Este crecimiento demográfico se debe a que en la fase expansiva del ciclo de la economía catalana de finales del siglo pasado la comarca alcanzó un crecimiento del PIB muy próximo al del conjunto de Catalunya. En cambio, en la posterior etapa de desaceleración económica dicha economía ha sido menos dinámica que la del conjunto de Catalunya. Así, en el año 2003 las actividades del textil, de la confección y de la curtiduría ocupaban al 19,6% de los trabajadores de la comarca y representaban el 43,1% de los afiliados a la Seguridad Social en la industria, pero desde el inicio de la última crisis este sector ha sufrido una pérdida significativa de peso en la estructura productiva de la Anoia (IDESCAT, 2016). Dicho retroceso está fundamentado en los importantes cambios que se han producido en este sector en un entorno globalizado: una presencia creciente de productos importados; la irrupción de la gran distribución; y un modelo de producción con una fuerte deslocalización exterior.

Sin embargo, en estos últimos años, a pesar de haberse reducido estas actividades más tradicionales, así como la construcción y los servicios, la comarca ha mantenido su peso en el sector industrial, aunque con cambios significativos, centrada en su capital y en los polígonos de Ódena, Vilanova del Camí, Piera y la Pobla de Claramunt. Ello ha sido debido a su localización como segunda corona metropolitana de Barcelona, convirtiéndose en foco de atracción de nuevas residencias e industrias. De esta manera se han reducido las actividades metalúrgicas, textiles y de cuero y calzado, pero se han aumentado sensiblemente las químicas y la producción de cereales¹⁰ (predominando los cultivos de secano y vitivinícolas). En cuanto a la ganadería, destaca la porcina y la avicultura. (Catalunya Caixa, 2014). Aun así, la comarca tiene una importante concentración laboral en el sector terciario, con el 67,22% de los afiliados a la Seguridad Social residentes en la comarca, frente al 25,56% que lo hace en el sector industrial (IDESCAT, 2016) (Tabla 24).

10. Una cuarta parte de suelo de la comarca está ocupada por cultivos.

En cuanto al paro registrado destaca su aportación del 3% al total de parados del sector industrial de Catalunya, mientras que su tasa de paro fue del 20,95% en el 2014, con una reducción de 1,79 puntos respecto al año anterior (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016). Por otra parte, su PIB per cápita en el año 2010 fue de 21.800 €/hab., lo que la situó en un 78,60% de la media catalana, y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2008) fue de 15.300 €/hab. (IDESCAT (2016). A su vez, su PIB turístico tuvo un crecimiento acumulado del 12,59% a lo largo del período 2005-2010 y una aportación al PIB global de la comarca del 7,68% (GRIT, 2011), lo que demuestra la reducida aportación del turismo a la riqueza económica de la comarca.

TABLA 24
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Anoia | 751 | 11.181 | 2.404 | 29.403 |
| % de Catalunya | 1,56% | 2,59% | 1,51% | 1,30% |
| Paro registrado | | | | |
| Anoia | 266 | 2.506 | 1.180 | 6.639 |
| % de Catalunya | 1,90% | 3,00% | 1,55% | 1,71% |

Fuente: IDESCAT, 2016

El crecimiento demográfico de la comarca ha ido parejo con la construcción de nuevas viviendas. Así, entre 2001 y 2011, ha crecido el parque total de viviendas un 19,06% (Tabla 25), destacando el aumento de las viviendas principales (el 39,77%), mientras que se han reducido las demás tipologías (IDESCAT, 2016). Así, en las últimas décadas, se han desarrollado en los alrededores de las principales poblaciones de la comarca numerosas urbanizaciones de primera residencia, especialmente destinadas a familias jóvenes que compran a mejor precio una vivienda que en el Área Metropolitana de Barcelona.

TABLA 25
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 32.720 | 45.084 | 39,77% |
| Secundarias | 8.172 | 6.428 | -21,34% |
| Vacías/Otras | 11.537 | 10.911 | -5,43% |
| Total | 52.429 | 62.423 | 19,06% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

La Anoia forma parte de la marca turística «Catalunya Central» de la Agencia Catalana de Turismo. El peso turístico de la comarca es muy reducido, tal como se refleja en la oferta de alojamientos comercializables (hoteles, hostales y pensiones, establecimientos de turismo rural y campings) (Tabla 26). Así, entre los años 2005 y 2014 ha aumentado la oferta de turismo rural alrededor del 80%, tanto en número de establecimientos (de 36 se ha pasado a 64) como plazas disponibles (de 221 se ha pasado a 406), mientras que los alojamientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones) han pasado de 13 a 12 (el -7,69%), con una reducción de plazas del 8,19%. En cuanto a los campings, en este período se ha mantenido un único establecimiento de este tipo, aunque ha aumentado su capacidad un 42,86%, pasando de 63 a 90 plazas. Respecto al conjunto de la oferta de establecimientos turísticos de Catalunya, su peso también es muy poco relevante, destacando solamente la aportación del turismo rural, con el 2,78% de los establecimientos catalanes de esta tipología en el 2014 y el 2,24% de la totalidad de las plazas ofertadas. (IDESCAT, 2016). Además, la comarca también dispone de seis casas de colonias con un total de 251 plazas y un refugio con 20 plazas (López Palomeque, 2009).

TABLA 26
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 13 | 12 | -7,69% | 708 | 650 | -8,19% |
| % de Catalunya | 0,50% | 0,42% | - | 0,28% | 0,21% | - |
| Turismo rural | 36 | 64 | +77,77% | 221 | 406 | +83,71% |
| % de Catalunya | 2,47% | 2,78% | - | 1,94% | 2,24% | - |
| Campings | 1 | 1 | 0% | 63 | 90 | +42,86% |
| % de Catalunya | 0,29% | 0,29% | - | 0,03% | 0,03% | - |

Fuente: IDESCAT, 2016

A pesar de no ser una comarca especializada turísticamente, se trata de un territorio con múltiples recursos naturales y culturales, lo que la posicionan muy bien para el turismo rural (DIBA, 2016). Así, en la subcomarca de la Alta Anoia, que es una antigua tierra de frontera, se puede apreciar la distribución de sus pedanías construidas en lo más alto de sus sinuosas lomas, estas antiguas estructuras constructivas, que fueron utilizadas como torres de vigilancia y sencillos castillos, se han convertido en pequeños y atractivos núcleos rurales. Además, en toda la comarca existe la posibilidad de practicar diversas actividades, con rutas en BTT, paseos a caballo, talleres de equitación, excursiones en «quads», trayectos en «segway», senderismo, juegos de «paint-ball», tiro con arco, marcha nórdica o simplemente recorrer el territorio; comprando sus productos gastronómicos de proximidad (embutidos, frutas, verduras, carnes, miel, pan) y degustando

sus platos típicos, entre los que destacan la cebolla rellena de bacalao y la coca de Igualada¹¹.

Entre los recursos turísticos culturales de la comarca destacan: el Parque Prehistórico del Abric Romaní y el Museo-Molino Papelero, en Capellades; el campanario renacentista de Sant Jaume y la ermita de Sant Sebastià, en Calaf; el castillo de Piera; los restos del castillo de Claramunt, en la Pobla de Claramunt; la iglesia románica de Sant Pere de l'Arç y su retablo, en Calonge de Segarra; el castillo de Boixadors, en Sant Pere Sallavinera; la Torre de la Manresana, el Museo Arqueológico Municipal y la iglesia de Sant Andreu, en Els Prats de Rei; el Priorato de Santa María de Castellfollit de Riubregós; y la iglesia gótica de Santa María de Rubió, municipio donde también puede visitarse su parque eólico. En cuanto a su patrimonio natural puesto en valor turístico destacan el Mirador de Anoia, en Masquefa, y el observatorio astronómico de Pujalt; sin olvidar que una parte del macizo de Montserrat se encuentra situado dentro de esta comarca.

La capital, Igualada, es una ciudad de origen milenario que conserva un importante patrimonio industrial, siendo el Museo de la Piel su máximo exponente, aunque también son de interés las visitas al Museo del Antiguo Transportista («Museo del Tragner»), el Asilo del Santo Cristo, la antigua fábrica textil de Cal Font y la basílica barroca de Santa María. En la comarca también hay una gran tradición de vuelos en avioneta y paseos en globo desde el aeródromo de Ódena, siendo importantes las actividades industriales desarrolladas alrededor de la fabricación de estos artefactos voladores. Además, cada año se celebra allí una feria aeronáutica, única en el Estado español, y el *European Balloon Festival*.

Por ello, la comarca está apostando en estos últimos años por el turismo como un elemento de desarrollo territorial y desde sus cinco oficinas de turismo se están promocionando diversas actividades. Una de ellas es el «geocaching». Se trata de encontrar «tesoros» escondidos en cualquier lugar, apuntar sus coordenadas geográficas mediante un receptor GPS y hacerlas públicas en las redes sociales («logbook»). En algunos casos, quien encuentra uno de estos tesoros, puede llevárselo pero a cambio tiene que dejar otro de igual o mayor valor para el siguiente visitante. También es posible crear búsquedas encadenadas, donde el objeto anunciado contiene una nota con las coordenadas del regalo o de las coordenadas de los nuevos puntos de búsqueda. El juego permite explorar el territorio, conocer su patrimonio monumental y, a la vez, admirar su paisaje y sus recursos naturales.

4.3.2. El «geocaching» en la comarca

El «geocaching» es una actividad lúdica en la que pueden participar personas de todas las edades y que combina la tecnología con la aventura al aire libre. La

11. Creada en 1920 y elaborada con hierbas aromáticas.

comarca de la Anoia ha apostado por esta nueva actividad turística que permite recorrer diversas rutas preestablecidas. De esta forma, en diferentes lugares emblemáticos, parajes desconocidos y rincones insospechados se han escondido puntos de control, mensajes y tesoros para que sean buscados por los participantes en el juego. Para poder participar, primero hay que entrar en la web «www.geocaching.com», darse de alta, indicar la ruta que se va a realizar y recibir las primeras coordenadas de la ruta a través de un GPS. A veces también se dan instrucciones precisas, como si se tratase de un juego de pistas. De esta forma, con un poco de sentido de la orientación, se pueden descubrir rincones emblemáticos de la comarca, como pequeños pueblos con encanto, árboles centenarios, ermitas, iglesias, cementerios medievales, restos de fortalezas de frontera, molinos, fuentes o disfrutar de una impresionante vista panorámica. Una de las ventajas de esta actividad es su factor 2.0, que les permite comentar en la página web sus avances en el descubrimiento de tesoros y exponer sus impresiones a lo largo de la ruta seguida.

La apuesta de esta comarca por esta actividad turística se concreta en veinticuatro itinerarios diferentes, la mayoría de ellos en la Alta Anoia. Algunos tienen por objetivo fundamental conocer con un cierto grado de detalle su patrimonio histórico militar (el Castillo de Castellfollit de Riubregós, la Torre de la Manresana, Torre d'en Balet); otros se centran en los cascos antiguos y/o los alrededores de las poblaciones (el Casc Antic de Calaf, los recorridos por los términos municipales de Copons o de Calaf; el Camí del Rentador, Les Portelles); o conocer el patrimonio religiosos (la ermita de Sant Sebastià, la capilla de Sant Valentí, Santa Fe de Calonge); el arqueológico (la Necrópolis de Seguers, el Pou de la Morera, La Font de la Llavina, Puigdemàger); el industrial (la antigua fábrica de cemento UMSA, el Molí de la Roda, el Parque Eólico Els Ventiladors); el natural y paisajístico (la Font d'Aleny, el Collet de les Forques, el Tossal de Portell, el Turó de Ferrara, el Gorg de Nafre); o el botánico (el Pi Centenari del Quildo).

Así, por ejemplo, en el caso del Collet de les Forques (Figura 29), en Calonge de Segarra, la ruta diseñada tiene como objetivo alcanzar la cima de una colina donde se esconde una leyenda sobre el bandolerismo en la comarca. Para ello, siguiendo las coordenadas que dan los distintos puntos de control, hay que llegar al cementerio de dicha población, seguir andando por estrechos caminos señalizados, subir por escaleras de madera y de piedra y atravesar pequeños bosques de encinas hasta la pequeña collada donde está escondido el tesoro, que explica el desarrollo del bandolerismo en esta comarca. Otro ejemplo es la ruta de La Font d'Aleny. En este caso el tesoro se encuentra situado junto a dicha fuente, en un paraje singular del núcleo de Aleny (Calonge de Segarra), rodeada de altos chopos. Antes de alcanzar el tesoro, los diferentes puntos de control dirigen a los participantes a visitar dicho pueblo y apreciar las vistas panorámicas que desde allí se disfrutan.

También es remarcable la ruta del Molí de la Roda, en Veciana, donde se localiza uno de los principales nacimientos del río Anoia. Allí se encuentra también la casa señorial de los Barones de Segur, una familia nobiliaria que surgida de la Baja Edad Media fue adquiriendo un gran dominio territorial. En los bajos de esta casa renacentista se encontraba un molino harinero con una gran rueda metálica que aprovechaba

la fuerza del agua que se recogía en una alberca situada en la parte superior. En sus cercanías también se puede visitar la capilla de la Mare de Déu de la Concepció, en cuyos aledaños hay una casa de colonias y una zona de descanso, picnic y barbacoas. Otra ruta de «geocaching» también se ha señalado a lo largo del tramo del Camino de Santiago que pasa por la comarca, de modo que muchos peregrinos y caminantes pueden participar en este juego mientras realizan el camino.

FIGURA 29
Subida al Collet de les Forques



Fuente: JM Prat, 2016

Uno de los «geocaching» más concurridos de la comarca es la ruta de la Torre de la Manresana, cerca de la población Els Prats de Rei (Figura 30). Se trata de una fortaleza de vigilancia ya documentada desde el siglo XI y de la que se conservan diversas partes de la muralla, una estancia y la torre circular de más de 20 metros de altura. Dicha torre está dividida en tres pisos a los que actualmente se accede mediante una escalera metálica exterior y escaleras interiores de piedra. En sus cercanías está también la iglesia Sant Andreu, un edificio románico restaurado en el siglo XVIII que conserva un retablo barroco en su interior, y no lejos de allí hay restos de una vivienda medieval y de una tumba excavada en la roca. Las coordenadas de los diferentes puntos de control que llevan hasta el tesoro permiten conocer con detalle dicha Torre, sus características arquitectónicas y su funcionalidad.

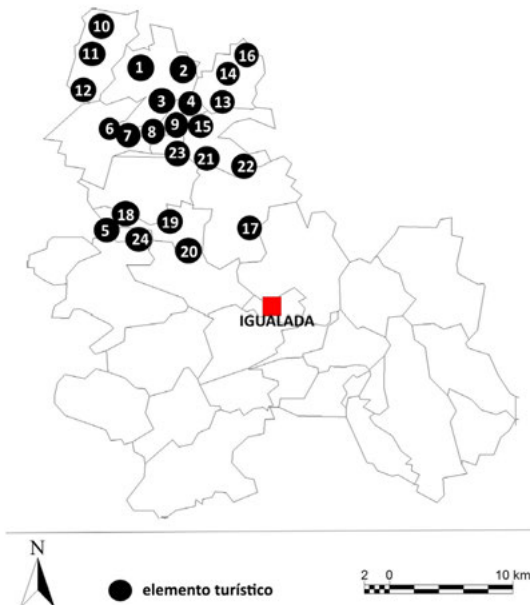
FIGURA 30
La Torre de la Manresana



Fuente: JM Prat, 2016

Seguidamente se presenta un mapa de situación de este conjunto de recursos turísticos de «geocaching» (Figura 31), así como un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con este incipiente clúster (Tabla 27).

FIGURA 31
Situación geográfica de los recursos de «geocaching» en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--|----------------------------|
| 1 | El Collet de les Forques | Calonge de Segarra |
| 2 | La Font d'Aleny | Calonge de Segarra |
| 3 | Santa Fe de Calonge | Calonge de Segarra |
| 4 | El Camí del rentador | Calaf |
| 5 | Molí de la Roda | Veciana |
| 6 | Les Portelles | Calaf |
| 7 | Ermita de Sant Sebastià | Calaf |
| 8 | Casc Antic de Calaf | Calaf |
| 9 | Turó de Ferrara | Calaf |
| 10 | Antigua fábrica de cemento UMSA | Castellfollit de Riubregós |
| 11 | Castillo de Castellfollit de Riubregós | Castellfollit de Riubregós |
| 12 | Torre d'en Balet | Castellfollit de Riubregós |
| 13 | Necrópolis de Seguers | Sant Pere Sallavinera |
| 14 | Pou de la Morera | Sant Pere Sallavinera |
| 15 | Recorrido por el término de Calaf | Calaf |
| 16 | Font de la Llavinera | Sant Pere Sallavinera |
| 17 | Els ventiladors | Rubió |
| 18 | El Pi Centenari del Quildo | Copons |
| 19 | Gorg de Nafre | Copons |
| 20 | Recorrido por el término de Copons | Copons |
| 21 | Puigdemàger | Els Prats de Rei |
| 22 | Torre de la Manresana | Els Prats de Rei |
| 23 | Capilla de Sant Valentí | Sant Martí de Sesgeioles |
| 24 | Tossal de Portells | Veciana |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

A pesar de ser una comarca poco conocida y con escasa tradición turística, hemos observado en los últimos años un dinamismo económico basado en la diversificación que apuesta por el turismo cultural patrimonial y más recientemente por el «geocaching». La comarca intenta construir un clúster turístico poniendo en valor sus recursos patrimoniales, culturales y naturales. Sin embargo la proximidad a Barcelona, unos escasos 50 Kilómetros dificulta conseguir que el turista permanezca más de un día visitando la zona.

TABLA 27
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|---|
| Oficina de Turismo Comarcal Oficina de Turismo de Igualada Oficina de Turismo de La Llacuna | Consell Comarcal de l’Anoia Diputació de Barcelona Ayuntamiento de Calaf Ayuntamiento de Calonge de Segarra Ayuntamiento de Veciana Ayuntamiento de Sant Pere SallavINera Ayuntamiento de Rubió Ayuntamiento de Copons Ayuntamiento de Els Prats de Rei Ayuntamiento de Sant Martí de Sesgeioles |
| Asociaciones locales | Organizaciones empresariales |
| Consorci Promoció Alta Anoia Anoia Turisme Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Cervera y la Segarra | Anoia Activa Instituciones de investigación ---- |

Fuente: elaboración propia

4.4. El caso del Bages

Gemma Cànoves

4.4.1. El territorio

El Bages es una comarca situada en el centro de Catalunya, que ocupa el sudeste de la Depresión Central catalana. Limita al norte con el Berguedà; al este con Osona; al sur con el Vallès Oriental, el Vallès Occidental y el Baix Llobregat; al sudoeste con la Anoia; y al oeste con el Solsonès. (Figura 32). Los ríos Llobregat y Cardener configuran su estructura hidrográfica, que está formada por una llanura rodeada por terrenos de media montaña y altiplanos que llegan hasta los 1.000 m, destacando por su singularidad, al sur, la Sierra Prelitoral, con el macizo calcáreo de Montserrat y la sierra de Sant Llorenç de Munt. Su clima es mediterráneo de montaña media y tendencia continental, aunque presenta algunos microclimas locales debido a su relieve, altitud y distancia al litoral marítimo. La mayor pluviosidad se produce en otoño y primavera, siendo los inviernos fríos y los veranos calurosos, especialmente en las zonas más bajas. (Costa *et al.*, 2008a).

FIGURA 32
Mapa de situación del Bages



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

La comarca se estructura en 35 municipios con una superficie de 1.299,10 km², incluyendo una parte de la comarca natural del Moianès¹² y otra del Lluçanès, así como un municipio de la Alta Segarra. La población de la comarca en 2014 era de 184.403 habitantes, el 2,45% de Catalunya, con una densidad de 141,95 hab./km² (Tabla 28). Su capital, Manresa, con 75.297 habitantes, y las restantes ciudades con una población superior a los 5.000 habitantes son Sant Joan de Vilatorrada (10.733), Sant Vicenç de Castellet (9.326), Sant Fruitós de Bages (8.243), Santpedor (7.384), Sallent (6.780), Navàs (6.117), Navarces (6.003), Súria (5.999), Moià (5.760) y Artés (5.661). (IDESCAT, 2016).

TABLA 28
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Bages | 1.299,10 | 184.403 | 141,95 | 35 |
| % de Catalunya | 4,05% | 2,45% | - | 3,70% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

En cuanto a su estructura demográfica (Tabla 29), el 16,03% de la población de la comarca es menor de quince años, mientras que el 64,86% está entre quince y sesenta y cinco años y el 19,11% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Catalunya, el 2,49% de los jóvenes menores de quince años se encuentran en esta comarca, lo mismo que el 2,39% de la población catalana entre quince y sesenta y cinco años y el 2,63% de los mayores de sesenta y cinco años.

TABLA 29
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Bages | 29.556 | 119.611 | 35.236 |
| % de Catalunya | 2,49% | 2,39% | 2,63% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

La estabilización demográfica de las últimas décadas ha dado paso a un crecimiento entre los años 2005 y 2010, ahora nuevamente estabilizado (Tabla 30), pasando

12. En este trabajo no se ha tenido en cuenta la segregación del Moianès, que se ha constituido en la comarca cuarenta y dos de Catalunya, aprobada por el Parlament el 15 de abril de 2015. Esta disfunción se debe a que aún no existen suficientes datos desagregados para realizar su estudio de forma separada.

de 153.981 habitantes en 1985 a 184.403 en 2014, e incluyendo un descenso hasta los 152.557 en el año 1990. En dicha tabla se puede observar también como la aportación demográfica de esta comarca al conjunto de Catalunya ha disminuido del 2,52% en 1985 hasta el 2,42% en 2005, aunque en los últimos años se ha mantenido alrededor del 2,45%.

TABLA 30
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Bages | 153.981 | 152.557 | 153.928 | 153.776 | 169.114 | 185.117 | 184.403 |
| % de Catalunya | 2,52% | 2,47% | 2,47% | 2,46% | 2,42% | 2,46% | 2,45% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

Se trata de una comarca con una marcada tradición industrial pero que en los últimos años, debido a las diversas crisis del sector textil y de la minería, principalmente potásica¹³, ha reducido considerablemente dichas actividades, que se han deslocalizado o incluso cerrado; produciéndose una importante diversificación sectorial. Así, en la actualidad predomina el sector servicios (Tabla 31), ya que el 67,72% de los afiliados a la Seguridad Social de la comarca en el año 2014 trabajaban en este sector frente al 24,69% que lo hacía en el industrial (IDESCAT, 2016). En relación a la tasa de paro, la comarca presenta el 3,60% del paro industrial de Catalunya, el 1,74% del sector primario, y su tasa global de paro es del 17,73% (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016). Los datos del IDESCAT (2016), nos muestran que el PIB per cápita de la comarca en el año 2010 fue de 23.700 €/hab (el 85,5% del índice de Catalunya) y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2008) fue de 16.300 €/hab. Asimismo, el PIB turístico tuvo un crecimiento acumulado del 6,02% a lo largo del período 2005-2010 y una aportación del 8,04% al PIB global de la comarca (GRIT, 2011).

TABLA 31
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Bages | 1.075 | 17.019 | 4.160 | 46.676 |
| % de Catalunya | 2,25% | 3,95% | 2,61% | 2,07% |
| Paro registrado | | | | |
| Bages | 243 | 3.003 | 1.926 | 9.178 |
| % de Catalunya | 1,74% | 3,60% | 2,53% | 2,37% |

Fuente: IDESCAT, 2016

13. Había minas de sal en Cardona, Súria, Balsareny y Sallent.

La evolución demográfica de la comarca ha ido pareja con el parque de viviendas, que entre 2001 y 2011 ha crecido un 26,98% (Tabla 32), aumentando en todas las tipologías, pero en especial, en las primeras residencias (el 26,30%) y las viviendas vacías (el 39,24%), mientras que las segundas viviendas solamente han aumentado el 4,59%.

TABLA 32
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 56.098 | 70.852 | 26,30% |
| Secundarias | 5.746 | 6.010 | 4,59% |
| Vacías/Otras | 13.613 | 18.955 | 39,24% |
| Total | 75.457 | 95.817 | 26,98% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

La comarca, junto con las vecinas Osona y Anoia, forma parte de la marca turística «Paisatges Barcelona», antes denominada «Catalunya Central». La importancia actual del turismo en este territorio se refleja en su oferta de alojamientos de turismo rural, que entre los años 2005 y 2014 ha aumentado significativamente, tanto en número de establecimientos como en plazas disponibles (Tabla 33).

Aunque el número de hoteles y campings se ha mantenido estable, sus plazas disponibles también han aumentado. De este modo, presenta el 3,78% de la oferta de alojamientos de turismo rural de Catalunya y el 3,60% de la totalidad de las plazas ofertadas (IDESCAT, 2016). Además de estos alojamientos, las segundas residencias y los alojamientos turísticos no registrados, la comarca también dispone de once casas de colonias (con un total de 1.198 plazas), dos refugios (con 51 plazas) y tres albergues de juventud (con 240 plazas) (López Palomeque, 2009).

TABLA 33
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 30 | 33 | +10,00% | 1.111 | 1.576 | +41,85% |
| % de Catalunya | 1,16% | 1,14% | - | 0,44% | 0,52% | - |
| Turismo rural | 52 | 87 | +67,31% | 388 | 652 | +68,04% |
| % de Catalunya | 3,57% | 3,78% | - | 3,41% | 3,60% | - |
| Campings | 3 | 3 | +0% | 420 | 504 | +20,00% |
| % de Catalunya | 0,87% | 0,89% | - | 0,18% | 0,19% | - |

Fuente: IDESCAT, 2016

A pesar de que no se trata de una comarca especializada turísticamente, en estos últimos años se están realizando importantes esfuerzos para el desarrollo de este sector. Cabe destacar, que cuenta con dos espacios protegidos de gran interés: el Parque Natural de Montserrat y el Parque Natural de Sant Llorenç i l'Obac, ambos en el sur del territorio. Además de estos espacios naturales, su oferta lúdica y de ocio es amplia, con dos estaciones termales, un campo de golf y otro de *pitch and putt*, así como varios miradores, refugios y rutas turísticas, iglesias y monasterios, castillos¹⁴ y otros monumentos históricos. Este desarrollo incipiente queda reflejado en los datos de 2013, que indican que 83.300 turistas se alojaron en sus hoteles, hostales y pensiones, campings y casas rurales, con un total de 164.000 pernотaciones. (DIBA, 2014).

El principal foco de atracción de la comarca es el Monasterio y la Montaña de Montserrat, con más de 2,5 millones de visitantes anuales, sin olvidar el complejo gastronómico-cultural de Món Sant Benet (con 198.030 visitantes), el Parque Natural de Sant Llorenç i l'Obac (con 168.864), el Parque Cultural de la Montaña de Sal de Cardona (con 80.000) y el Museo de Moià (con 26.408) (DIBA, 2014). Además, el Parque Natural de Montserrat, constituye un fenómeno geológico y geomorfológico de gran belleza natural, muy adecuado para realizar excursiones y escaladas. Se trata de un macizo sedimentario, cuyas rocas están constituidas por un conglomerado de guijarros asentados en cemento calcáreo, que los movimientos tectónicos, los cambios climáticos y la erosión han remodelado creando un relieve brusco, con grandes paredes verticales y bloques redondeados, abriéndose en su interior cuevas y simas (Cánoves, 2006).

Otro punto de interés turístico de la comarca, que destaca por su singularidad es el Monasterio de Sant Benet, en Sant Fruitòs del Bages, alrededor del cual se ha creado Món Sant Benet; un complejo gastronómico, religioso, cultural, turístico y de ocio inaugurado en noviembre de 2007. Su elemento más emblemático es el monasterio, que tras su restauración se ha convertido en un espacio-museo que permite realizar un recorrido histórico y emocional dando a conocer la evolución social y cultural de Catalunya a lo largo de mil años de historia. Durante la visita se transporta virtualmente a los visitantes al verano de 1924 atravesando las estancias del sobreclaustro que el pintor modernista Ramón Casas y su familia convirtieron en residencia de veraneo. En el mismo complejo, la Fundación Alicia («Alimentación y Ciencia» <http://www.alicia.cat/es/>) desarrolla actividades gastronómicas orientadas a la investigación y divulgación de los buenos hábitos alimenticios y la difusión del patrimonio agroalimentario y gastronómico de Cataluña. Además, el complejo dispone de un centro de congresos y convenciones, tres restaurantes y un hotel de cuatro estrellas.

En el aspecto arquitectónico-religioso, también es remarcable la visita al Monasterio de Santa María de l'Estany, en el Lluçanès, que fue declarado Monumento Histórico Artístico en 1931. Se trata de un monasterio de origen

14. Especialmente reconocidos son los de Cardona y Balsareny.

románico que en la Edad Media tuvo gran influencia. Destaca su claustro de planta cuadrada, en muy buen estado de conservación (Tomàs, 1994).

Así, a partir de las ocho oficinas de turismo y/o puntos de información turística de la comarca se están potenciando diversas actividades orientadas a desarrollar un turismo basado en sus recursos naturales y culturales, con una oferta diversificada entre las que destacan: el ciclo-turismo, el turismo ecuestre, el turismo industrial (especialmente el Parque Cultural de la Montaña de Sal de Cardona), la Escuela de Vuelo del Bages, el turismo de naturaleza¹⁵, el geo-turismo (el Parque Geológico y Minero de la Catalunya Central), el turismo gastronómico (especialmente en Món Sant Benet), el turismo religioso y las fiestas tradicionales (como la Festa dels Traginers de Balsareny y la Festa de la Sal de Cardona). También recientemente se han puesto en valor diversas rutas turísticas que recorren la comarca, destacando una parte del Camí dels Bons Homes, el Parque de la Acequia de Manresa, el Camino de la Sal, los Territorios del Maquis (junto con el Berguedà) y la Ruta del Abad Oliva (elaborada conjuntamente con las comarcas del Ripollès y Osona)¹⁶.

4.4.2. El turismo religioso en la comarca

El concepto «turismo religioso» es un término de reciente creación vinculado a los turismos post-fordistas, de manera que los lugares religiosos se transforman en espacios multifuncionales, donde es posible convivir desarrollando un amplio abanico de actividades culturales, de ocio y de espiritualidad (Cànoves, 2006; Cànoves y Blanco, 2011). Por turismo religioso se entiende aquel tipo de turismo cuya motivación principal es la visita a lugares sagrados (santuarios, conventos, monasterios, iglesias, ermitas, catedrales,...), con participación o no en las celebraciones religiosas que allí se realicen (Parellada, 2009; Reader, 2015). Sin embargo, siempre ha existido este tipo de turismo en el que el elemento religioso es uno de los objetivos principales del viaje, siendo difícil conocer los motivos reales de la elección, mezclándose de este modo los auténticos peregrinos (que visitan el lugar movidos fundamentalmente por la fe) y los turistas (que aprovechan la visita que están realizando para acercarse al lugar religioso y/o que visitan el lugar con una motivación patrimonial y cultural) (Raj y Morpeth, 2007; Cànoves y Blanco, 2011).

Como ya se ha comentado anteriormente, el principal centro turístico-religioso de la comarca y de Catalunya se encuentra en la Montaña de Montserrat,

15. Entre los dos Parques Naturales de la comarca se reciben más de 2,6 millones de visitantes al año.

16. Todas ellas disponen de unas magníficas páginas web con una amplia información turística: Camí dels Bon homes: <http://www.camidelsbonshomes.com/>; Parc de la Sèquia: <http://parcdelesequia.cat/>; Camí de la Sal: http://www.elcardener.com/ca/naturaleza_y_senderismo/Senderismo/Camino_de_la_sal.htm?id=143&pl=35; Els maquis: <http://www.campionatmaqui.com/els-maquis-del-bages-i-al-bergueda/>; La Ruta de l'Abat Oliba <http://www.caminsoliba.cat/>.

alrededor del monasterio de Montserrat (Figura 33), cuyo origen se remonta al año 1015 aprovechando la existencia de una pequeña ermita románica anterior. El Monasterio es un espacio emblemático de Catalunya y recibió en 2015 unos 2.8 millones de visitantes. Por la singularidad del lugar, el paisaje y sus edificios, aunque los motivos religiosos suelen estar muy presentes en la visita, ésta puede igualmente convertirse en una estancia totalmente laica. Aun así, sea cual sea el motivo principal de la visita, entrar en la basílica del monasterio benedictino que alberga el Santuario de la Virgen (llamada popularmente «La Moreneta») es lo más frecuente, ya que se trata de la Patrona de Catalunya y uno de los principales símbolos identitarios de Catalunya.

FIGURA 33
Monasterio de Montserrat



Foto: JM. Prat, 2016

Se trata de un espacio emblemático que atesora un importante significado religioso vinculado a la cultura, la lengua y la identidad catalana¹⁷ (Cànoves, 2006). El conjunto monumental de Montserrat se completa con un hotel de tres estrellas, una hospedería de 28 habitaciones, 92 apartamentos (llamados «celdas»), restaurantes, cafeterías y tiendas de venta de productos autóctonos, recuerdos, libros, joyas, perfumes y motivos religiosos (incluyendo la venta por internet).

En Manresa, se encuentra la catedral (Colegiata Basílica de Santa María de Manresa, popularmente conocida como «La Seu») (Figura 34). Su concepción arquitectónica es característica del gótico catalán, una decoración austera y una nave de planta única con 30 metros de anchura, lo que la convierte en la segunda catedral gótica más ancha de Europa, después de la de Girona. La fachada principal es neogótica y fue diseñada por Alexandre Soler i March con el asesoramiento de Antoni Gaudí.

17. Durante la época franquista el Monasterio de Montserrat y sus monjes fueron símbolos de defensa de las libertades y de la cultura del país (Garay y Cànoves, 2011).

FIGURA 34
Catedral de Manresa



Foto: JM. Prat, 2016

Sin embargo, el conjunto religioso más importante de la capital manresana es el complejo alrededor de la Cueva de San Ignacio de Loyola (Figura 35), donde éste en 1522 pasó once meses a su vuelta de Montserrat, desarrollando su proyecto religioso que se plasmaría en la fundación de la Compañía de Jesús. Posteriormente, en 1759, encima de la Cueva se edificó la Iglesia de San Ignacio, de estilo barroco, a la que posteriormente se han añadido el actual Centro de Espiritualidad y una residencia de más de 60 habitaciones. Allí se dispone de un casal para jóvenes y se realizan cursos de teología, ejercicios espirituales y retiros religiosos, congresos y simposios, talleres y seminarios.

FIGURA 35
Iglesia y Cueva de San Ignacio de Loyola (Manresa)

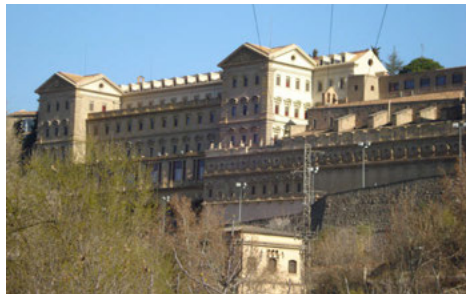


Foto: JM. Prat, 2016

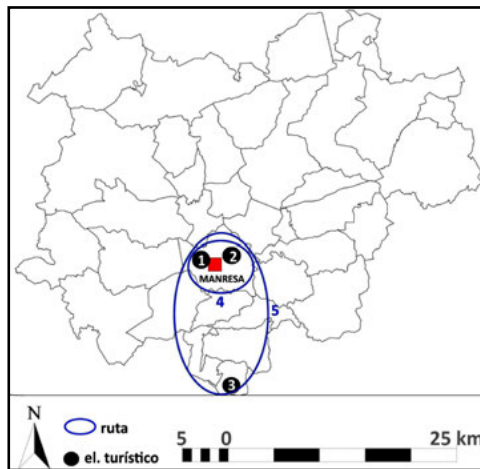
Además, aprovechando la huella de San Ignacio, también se ha diseñado la Ruta Ignaciana de Manresa, donde se visitan los monumentos y espacios que el santo recorrió durante su estancia en la capital del Bages, como el antiguo Hospital de Santa Lucía, el Colegio de San Ignacio, la Torre de Sobrerroca, la Capilla de San Ignacio Enfermo, el Pozo de la Gallina, la Catedral y el complejo de la Cueva (incluyendo la Iglesia, la fachada barroca y la Casa de Ejercicios).

Otra ruta turística también creada alrededor de la figura es el Camino Ignaciano, que recrea el recorrido realizado en 1522 por el caballero Ignacio de Loyola desde su lugar de nacimiento en la casa familiar de Loyola, en Azpeitia (Guipúzcoa), hasta la cueva de Manresa, pasando por Logroño, Calahorra, Tudela, Zaragoza y Lleida, y cuyo tramo final, de Montserrat a Manresa, discurre íntegramente por la comarca del Bages. El objetivo de la ruta es ofrecer una experiencia de peregrinación siguiendo el proceso espiritual experimentado por el santo antes de emprender el viaje desde Barcelona hacia Tierra Santa.

En este sentido consideramos que en el Bages se ha desarrollado un clúster alrededor de un producto sustentado en el turismo religioso, que combina recursos naturales y culturales¹⁸, alojamientos, gastronomía, experiencias turísticas, religiosas y deportivas; todo ello con el apoyo coordinado de las entidades locales (agentes públicos, oficinas de turismo, asociaciones, organizaciones empresariales e instituciones de investigación), aprovechando que los lugares religiosos se transforman en espacios multifuncionales, donde es posible compaginar un amplio abanico de actividades culturales, de ocio y de espiritualidad. Esta tendencia muestra la mercantilización del fenómeno religioso en un producto más de turismo post-fordista (Cànoves y Blanco, 2011).

A continuación se presenta un mapa de situación de los recursos de turismo religioso de la comarca (Figura 36) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con el clúster (Tabla 34).

FIGURA 36
Situación geográfica de los recursos de turismo religioso en el Bages



18. Tanto tangibles como intangibles.

| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|---|-------------------------|
| 1 | La Seu | Manresa |
| 2 | Cueva de San Ignacio | Manresa |
| 3 | Monasterio de Montserrat | Monistrol de Montserrat |
| 4 | Ruta Ignaciana de Manresa | Manresa |
| 5 | Tramo Manresa-Montserrat del Camino Ignaciano | De Manresa a Montserrat |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

TABLA 34
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|---|
| Oficina de Turismo de Manresa Oficina Turismo de Cardona Oficina de Turismo de Rajadell CAT de Sallent Oficina de Turismo de Moià Consorci Promoció Turística del Cardener (Sant Martí de Torroella) Oficina de Turismo de Montserrat Oficina de Turismo de Súria Oficina de Turismo del Cardener (Sant Joan de Vilatorrada) | Consejo Comarcal del Bages Diputación de Barcelona Ayuntamiento de Manresa Ayuntamiento de Monistrol de Montserrat Conferencia Episcopal Tarraconense |
| Asociaciones locales | Instituciones de investigación |
| Asociación de Amigos de La Seu Amigos de la Cueva | Centro de Estudios Cristianismo y Justicia Centro de Estudios Pastorales Centro de Estudios del Bages Instituto Superior de Ciencias Religiosas de Vic |
| Organizaciones empresariales | |
| Gremio de Hostelería y Turismo del Bages Delegación del Bages de la Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona | Centro de Difusión Cultural del Obispado de Vic Archivo Histórico Comarcal de Manresa |

Fuente: elaboración propia

4.5. El caso del Berguedà

José M^a Prat

4.5.1. El territorio

El Berguedà es una comarca situada en el norte de la provincia de Barcelona, entre la Depresión Central y los Pirineos, que limita al norte con la Cerdanya, al noreste con el Ripollès, al este con Osona, al sur con el Bages y al oeste con el Solsonès y el Alt Urgell (Figura 37). El medio físico forma dos unidades claramente diferenciadas, tanto por sus actividades económicas como por su paisaje y climatología: el Alt Berguedà y el Baix Berguedà. El primero, más al norte, en el Pre-Pirineo, es muy montañoso y escarpado, ocupando la parte superior de la cuenca del río Llobregat. Su clima es lluvioso y frío en invierno, con nieve en las altas montañas, y los veranos son suaves y húmedos. El segundo, más al sur, siguiendo el curso medio del citado río, se encuentra a caballo entre el Pre-Pirineo y la Depresión Central catalana, presentando un clima mediterráneo y ligeramente continental, con abundantes lluvias durante todo el año, inviernos fríos y veranos no excesivamente calurosos (Costa *et al.*, 2008b).

FIGURA 37
Mapa de situación del Berguedà



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

La comarca ocupa una superficie de 1.185,20 km² (el 3,69% de la superficie de Catalunya) con una población de 40.039 habitantes en 2014 (el 0,53% de la

población catalana), y una densidad de 33,78 hab./km² (Tabla 35). Está dividida administrativamente en 31 municipios, siendo Berga su capital (16.456 habitantes). Las restantes ciudades son pequeñas como Gironella (4.987), Puig-reig (4.207), Avià (2.258) y Bagà (2.225).

TABLA 35
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Berguedà | 1.185,20 | 40.039 | 33,78 | 31 |
| % de Catalunya | 3,69% | 0,53% | - | 3,27% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

La estructura demográfica de la comarca se refleja en el cuadro siguiente (Tabla 36), destacando que el 13,09% de la población (5.242 hab.) es menor de quince años, mientras que el 63,47% (25.412 hab.) está entre quince y sesenta y cinco años y el 23,44% restante (9.385 hab.) supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Catalunya, el 0,44% de los jóvenes catalanes menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 0,51% de la población catalana entre quince y sesenta y cinco años y el 0,70% de los mayores de sesenta y cinco años. Se considera una comarca envejecida, aunque se vislumbra una fase de estabilización demográfica (Tabla 37), pasando de 41.928 habitantes en 1985 a 40.039 en 2014. La tabla muestra como la aportación demográfica de la comarca al conjunto de Catalunya se ha reducido de modo continuado del 0,68% en 1985 hasta el 0,53% en 2014 (GRIT, 2011).

TABLA 36
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Berguedà | 5.242 | 25.412 | 9.385 |
| % de Catalunya | 0,44% | 0,51% | 0,70% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

TABLA 37
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Berguedà | 41.928 | 40.552 | 38.606 | 38.051 | 39.746 | 41.683 | 40.039 |
| % de Catalunya | 0,68% | 0,66% | 0,62% | 0,61% | 0,57% | 0,55% | 0,53% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes

Este retroceso demográfico responde al flujo emigratorio producido por las sucesivas crisis de la industria tradicional de la comarca, especialmente la textil y la minería, sobre todo de carbón (Pedrals, 1990). Sin embargo, en los últimos años, debido al auge del turismo y de los servicios, se han diversificado las actividades y se ha contenido la emigración, reduciéndose la dedicación a los sectores secundario y primario¹⁹. Así, la agricultura, la ganadería y las explotaciones forestales han pasado a ser actividades complementarias en la comarca y se ha producido una fuerte concentración laboral en el sector terciario como refleja la Tabla 38. Asimismo, el paro registrado en la comarca no superó en el 2014 el 0,7% del total de Catalunya en ningún sector. Además, la tasa de paro en el 2014 fue del 16,28%, lo que representa un descenso de 2,65 puntos respecto al año anterior (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016), mientras que el PIB per cápita del año 2010 (22.600 €/hab.) se situó en el 81,5% del índice 100 de Catalunya y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2010) en el 2012 fue de 15.500 €/hab., siete puntos por debajo del índice 100 de Catalunya (IDESCAT, 2016).

TABLA 38
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Berguedà | 677 | 2.804 | 1.224 | 9.717 |
| % de Catalunya | 1,41% | 0,65% | 0,77% | 0,43% |
| Paro registrado | | | | |
| Berguedà | 53 | 562 | 487 | 1.736 |
| % de Catalunya | 0,38 | 0,67% | 0,64% | 0,45% |

Fuente: IDESCAT, 2016

Gracias a los servicios, la población se ha estabilizado en la comarca, creciendo el 20,67% el parque total de viviendas entre 2001 y 2011 (Tabla 39). A este fenómeno no es ajeno el turismo, especialmente las segundas residencias, que han aumentado el 23,15%. Además, algunas masías aisladas se han reconvertido en casas de turismo rural o en restaurantes. Tampoco es ajeno a esta situación que sus dos principales vías de comunicación, las carreteras C-16 y C-26, canalizan un importante flujo de tráfico, sobre todo porque, por una parte, el Túnel del Cadí permite una comunicación fácil de la comarca con la Cerdanya, Andorra y Francia, y por la otra, la conexión con Manresa, Vic, Lleida y Barcelona es mucho más rápida.

19. Aun así, el sector primario mantiene allí una representación muy superior a la media catalana.

TABLA 39
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 14.177 | 16.878 | 19,05% |
| Secundarias | 2.920 | 3.596 | 23,15% |
| Vacías/Otras | 3.935 | 4.905 | 24,65% |
| Total | 21.032 | 25.379 | 20,67% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

La comarca con destacados atractivos de patrimonio natural, cultural e industrial está apostando por el turismo, que ya representa el 7,1% de su economía y este porcentaje es significativo en relación a otras comarcas de interior.

El Berguedà, junto con otras nueve comarcas más (Vall d'Aran, Alta Ribagorça, Cerdanya, Alt Urgell, Pallars Sobirà, Pallars Jussà, Ripollès, Garrotxa y el Solsonès), forma parte de la marca turística «Pirineus», creada por la Agencia Catalana de Turismo, y la progresiva importancia del turismo en la comarca también se refleja en el aumento de su oferta de alojamientos comercializables (hoteles, hostales y pensiones, establecimientos de turismo rural y camping), ya que entre los años 2005 y 2014 ha aumentado tanto en número de establecimientos como en plazas disponibles (Tabla 40). Así, los alojamientos hoteleros han pasado de 45 a 50, lo que representa un crecimiento del 11,11%, mientras que sus plazas han aumentado un 7,77%. Análogamente, los establecimientos de turismo rural han pasado de 92 a 146 (un crecimiento del 58,70%), aumentando sus plazas un 63,98%, y los camping han pasado de 13 a 19 (un aumento del 46,15%), creciendo la disponibilidad de plazas un 94,90%. Respecto al conjunto de Catalunya, destaca la aportación del turismo rural, con el 6,35% de los establecimientos catalanes de esta tipología y el 7,41% de la totalidad de las plazas ofertadas; seguida por los camping, con el 5,44% del conjunto de Catalunya y el 2,93% de las plazas ofertadas. (IDESCAT, 2016).

TABLA 40
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-----------|---------|--------|-------|-----------|
| | 2014 | 2005-2014 | | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 50 | +11,11% | | 1.145 | 1.234 | +7,77% |
| % de Catalunya | 1,74% | 1,73% | - | 0,45% | 0,41% | - |
| Turismo rural | 92 | 146 | +58,70% | 819 | 1.343 | +63,98% |
| % de Catalunya | 6,31% | 6,35% | - | 7,20% | 7,41% | - |
| Camping | 13 | 19 | +46,15% | 4.062 | 7.917 | +94,90% |
| % de Catalunya | 3,77% | 5,44% | - | 1,72% | 2,93% | - |

Fuente: IDESCAT, 2016

Además de dichos alojamientos, las segundas residencias y los alojamientos turísticos no registrados, la comarca también dispone de dos campamentos juveniles (con una capacidad total de 160 plazas), once casas de colonias (con 1.065 plazas), dieciséis refugios (655 plazas), una granja escuela (69 plazas) y un albergue de juventud (190 plazas) (López Palomeque, 2009).

A pesar de que no es una comarca especializada turísticamente (su Índice de Especialización Turística en el 2012 fue de 0,33, frente al 1,0 de la media catalana), la riqueza natural de la comarca, poco antropizada, ha motivado la declaración de diversos espacios protegidos, destacando el Parque Natural del Cadí-Moixeró (con 41.342 ha), en el extremo norte del territorio y compartido con las comarcas limítrofes de la Cerdanya y del Alt Urgell. Asimismo, sus diversas áreas de esparcimiento y ocio, espacios naturales, fuentes, miradores, refugios, rutas turísticas y centros de naturaleza han favorecido el desarrollo del turismo activo, especialmente de deportes y aventura. También se encuentran en este territorio las estaciones de esquí de Rasos de Peguera (en Castellar del Riu), donde en sus diez pistas se puede practicar el esquí alpino, y de Tuixent-La Vansa, en la cara norte del Port del Comte, dedicada al esquí nórdico y con 30 km de circuitos señalizados. La oferta patrimonial también es destacable, con pequeños y escarpados pueblos, museos, iglesias románicas y santuarios, ferias, mercados y fiestas. El Berguedà también muestra numerosos testimonios de su pasado industrial, destacando las antiguas colonias textiles instaladas a lo largo de los ríos Llobregat y Cardener y las explotaciones mineras del Pre-Pirineo, que han quedado en desuso (Costa et al., 2008).

La comarca, a través de sus trece oficinas de turismo y/o puntos de información está potenciando diversas actividades, como el ciclo-turismo y la bicicleta de montaña, el turismo ecuestre y las rutas a caballo, la escalada, la espeleología y el barranquismo, un centro termal, actividades náuticas en el pantano de La Baells, ferias gastronómicas y fiestas tradicionales (entre las que destacan el Concurso Internacional de Gossos d'Atura de Castellar de n'Hug, la Festa del Bolet de la Pobla de Lillet y la Festa dels Bolets de Berga), los recorridos veraniegos en tren desde Castellar de n'Hug a La Pobla de Lillet y las visitas a los Jardines Artigas, diseñados por Gaudí. Aprovechando estos recursos se han diseñado diversas rutas turísticas, destacando el recorrido por una parte del Camí dels Bons Homes (cuyo itinerario completo va del Santuario del Miracle al castillo cántaro francés de Montségur), la Vía Verda del Llobregat (desde La Baells hasta la Colonia Rosal), la Ruta Cultural de l'Ametlla de Merola, la Ruta de las Colonias Textiles del Llobregat (desde la Colonia Rosal hasta Balsareny) y la Ruta de la Minería (la cual incluye las minas de carbón a cielo abierto de Fumanyà, el Museo de las Minas de Cercs y el Museo del Cemento de la Fábrica Asland de Castellar de n'Hug). Sin embargo, las principales atracciones turísticas de la comarca, ambas en Berga, son la fiesta de la Patum (que está declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO) y el Santuario de Nuestra Señora de Queralt, que recibe más de 150.000 visitantes anuales (DIBA, 2014).

Este desarrollo del turismo queda reflejado en los datos de 2013, que indican que más de 500.000 personas visitaron el Parque Natural Cadí-Moixeró y 168.300

se alojaron en los establecimientos turísticos de la comarca (hoteles, hostales y pensiones; campings; casas de turismo rural), con un total de 408.700 pernoctaciones. (DIBA, 2014). Dichas actividades generaron un PIB de 50,1 millones de euros; lo cual representa el 7,1% de la economía comarcal. En el año 2010, el PIB turístico estimado de la comarca tuvo un crecimiento acumulado del 12,36% a lo largo del período 2005-2010 y una aportación directa al PIB global de la comarca del año 2010 del 9,34%. De cara al futuro, según Turismestudi (2013), las previsiones son que, si se mantiene la misma tendencia de estos últimos cinco años, en el año 2023 la aportación del turismo a la economía de la comarca será de unos 60,7 millones de euros; lo que representaría un incremento del 21% respecto a la cifra actual. Ahora bien, si se sigue un escenario más activo, que ayude a aumentar el peso del turismo sobre el resto de las actividades económicas locales, la estimación puede superar los 63,5 millones de euros.

4.5.2. El turismo industrial en la comarca

Una definición muy extendida de turismo industrial es la que aportan Edwards y Llundrés (1996), indicando que es «el desarrollo de actividades turísticas e industriales en lugares edificados por el hombre, edificios y paisajes que se originan en procesos industriales de tiempos pasados». Así, según esta definición, el turismo industrial está orientado fundamentalmente a la puesta en valor turístico del patrimonio industrial de un territorio (Casanelles, 2001; Vargas, 2009), aprovechando el creciente interés, no ajeno a una cierta nostalgia del pasado, por la conservación y reutilización de este patrimonio (Pardo, 2010). Por su parte, Capel (1996) también indica que: «... desde mediados de los años 1980's no solo los establecimientos industriales antiguos, sino las grandes instalaciones industriales y los establecimientos científicos se convierten en objeto de atención y visita...». De este modo el turismo industrial también incorpora las visitas organizadas a instalaciones industriales singulares que en la actualidad se encuentran en pleno funcionamiento, relacionando de esta manera la cultura con la tecnología y el trabajo (Prat, 2013), explicando los productos y procesos que allí se realizaban y la forma de vida de sus trabajadores, reafirmando la identidad de la comunidad local y preservando el conocimiento de sus antecedentes industriales, técnicos, económicos, sociales y culturales (Prat y Díaz, 2013).

La puesta en valor turístico de las industrias, antiguas y actuales, diseñando rutas industriales, rehabilitando instalaciones fabriles y colonias textiles, construyendo museos y ecomuseos, instalando centros de interpretación, abriendo al público las antiguas fábricas o las que actualmente están en funcionamiento, ha ayudado a reactivar zonas industriales en declive y ha servido como complemento de la oferta turística tradicional en lugares con un turismo más maduro (Llundrés, 1999). De esta forma, los elementos industriales han asumido la condición de objetos turísticos para ser consumidos como espacios de ocio y ámbitos de recreación, unificando los patrimonios industrial, natural, social y cultural (Álvarez, 2007). En general, se trata de un turismo que está considerado por la población local como algo beneficioso,

ya que, además de la creciente preocupación existente entre las asociaciones y entidades locales por recuperar su patrimonio industrial, también ejerce una importante función educativa y ayuda a reforzar el sentimiento de identidad local (Benito, 2012). Sin embargo, a pesar de su indudable atractivo, este turismo tiene una limitada capacidad de atracción, y no puede paliar los problemas de desarrollo de territorios industriales en declive. Los beneficios económicos, si los hay, son a largo plazo, y para ser rentable debe encardinarse en una estructura económica más diversificada (Edwards y Llundés, 1996; Llundés, 1999; Prat y Díaz, 2013).

En el Berguedà, la minería y la industria textil, con el legado de las colonias textiles (la fábrica y sus anexos, las viviendas de los trabajadores, la iglesia, la torre del dueño de la colonia, las escuelas, el teatro, las tiendas, los lavaderos, el bar, etc.), han sido los principales motores económicos de la comarca durante los últimos siglos. En la actualidad, después de las sucesivas crisis, la gran mayoría de las fábricas han cerrado y las minas han dejado de explotarse. En este contexto, algunas de sus instalaciones se han reacondicionado para usos turísticos, como la Colonia de l'Ametlla de Merola (en el límite con la comarca del Bages), la Colonia Vidal (Figura 38) y su museo (Puig-reig), la Torre de l'Amo de la Colonia de Viladomiu Nou (Gironella) (Figura 39), el centro de interpretación de la iglesia de la Colonia Pons (Puig-reig), la central hidroeléctrica del Collet (Guardiola de Berguedà), la central térmica de Cercs y el embalse de la Baells, la mina de petróleo de Riutort (Guardiola de Berguedà), las minas a cielo abierto de Fumanya, las minas de carbón de Cercs y su museo, el Museo del Cemento Asland (Castellar de n'Hug), el Tren del Ciment (de la Pobla de Lillet a Castellar de n'Hug, con 3 km de recorrido y 4 estaciones) (Figura 40) y las antiguas estaciones ferroviarias de Guardiola de Berguedà y de la Colonia Vidal. También se han diseñado otras actividades a su alrededor, como la ruta de las colonias textiles del Llobregat, la cual, a través de 32 km de caminos que comunican Can Rosal con Balsareny (en el Bages), permite pasear o ir en bicicleta por bosques de ribera, campos y huertos, y descubrir las fábricas y las colonias en los márgenes del río Llobregat, con sus canales y represas.

FIGURA 38
Viviendas de obreros en la Colonia Vidal



Fuente: JM. Prat, 2016

FIGURA 39
Torre del Amo de la Colonia Viladomiu Nou (Gironella)



Fuente: JM. Prat, 2016

FIGURA 40
Tren del Ciment



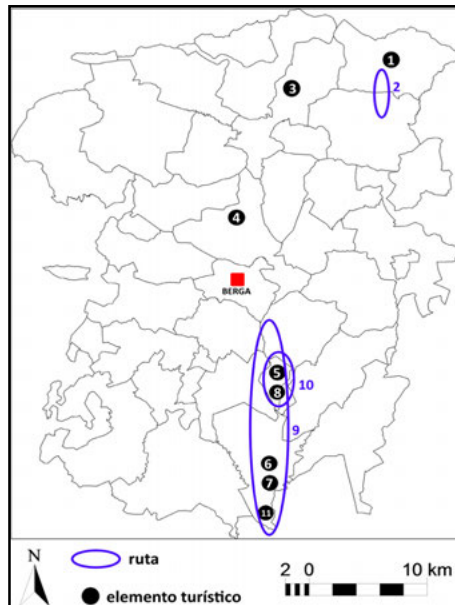
Fuente: JM Prat, 2015

Por otra parte, seis conjuntos turísticos (las minas de Cercs, la Colonia Vidal, la Mina de Petrolí de Riutort, la Torre de l'Amo y la Colonia de Viladomiu Nou y la Colonia Pons) y tres itinerarios (ruta del río Llobregat por Viladomiu Vell, ruta de L'Ametlla de Merola y ruta de las colonias textiles del Llobregat desde Cal Rosal

hasta L’Ametlla de Merola) forman parte de la oferta turística de la red XATIC (Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya), una asociación creada por un conjunto de municipios catalanes con un importante y variado legado industrial²⁰ y por el Museo Nacional de la Ciencia y la Técnica de Catalunya (MNACTEC), mediante un convenio con la Generalitat de Catalunya. De este modo, gracias al Plan de Dinamización del Producto Turístico Industrial y de la Innovación Tecnológica de Cataluña (2006-2009), se logró establecer una línea de actuación común que sirviese como instrumento de proyección, atracción de visitantes y creación de una actividad económica y cultural en torno al turismo industrial.

Por ello, alrededor de los recursos de turismo industrial y la red XATIC se ha creado en la comarca un producto turístico, que, además de los elementos de turismo industrial (Figura 41), también incorpora un hotel (Berga Resort) y un camping (Camping El Berguedà), así como visitas teatralizadas a Puig-reig, visitas guiadas a Castellar de n’Hug y al embalse de la Baells. Además, dicho producto turístico también tiene sinergias con las diversas actividades de ocio desarrolladas en la comarca, especialmente de turismo rural, naturaleza, deporte y cultura.

FIGURA 41
Situación geográfica de los recursos de turismo industrial en el Berguedà



20. Los municipios fundadores en el 2006 de la red XATIC que pertenecían al Berguedà eran Castellar de n’Hug, Cercs y Puig-reig, a los cuales en el 2008 se añadió Guardiola de Berguedà.

| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|---|--|
| 1 | Museo del Cemento Asland | Castellar de n'Hug |
| 2 | Tren del Cemento | De La Pobla de Lillet a Castellar de n'Hug |
| 3 | Mina del Petróleo de Riutort | Guardiola de Berguedà |
| 4 | Museo de las Minas de Carbón de Cercs | Cercs |
| 5 | Casa Teixidor-Bassacs | Gironella |
| 6 | Centro de Interpretación de la Colonia Pons | Puig-reig |
| 7 | Conjunto monumental y fábrica de la Colonia Vidal | Puig-reig |
| 8 | Torre del Amo de la Colonia Viladomiu Nou | Gironella |
| 9 | Ruta de las Colonias Textiles del Llobregat | De Cal Rosal a L'Ametlla de Merola |
| 10 | Ruta Fluvial Viladomiu Nou-ViladomiuVell | Gironella |
| 11 | Conjunto monumental de la Colonia Textil de L'Ametlla de Merola | L'Ametlla de Merola |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

Este producto creado alrededor del turismo industrial, (Tabla 41) se ha convertido en un incipiente clúster turístico. Sin embargo, el incipiente desarrollo tiene sus sombras ya que en los últimos años, con la crisis económica, se ha observado un descenso de visitantes en las instalaciones de turismo industrial, pasando de los 80.000 visitantes en 2007 a los 50.000 en 2013 (DGABMP, 2014). Aun así, los tres establecimientos emblemáticos (el Museo de las Minas de Cercs, la Colonia Vidal y el Museo del Cemento de Castellar de n'Hug) reciben más del 70% de las visitas de la comarca. El Berguedà se ha convertido en un referente del turismo industrial en Cataluña y desde el sector público se están realizando inversiones en obras de restauración, para poner en valor otros elementos patrimoniales como la Torre de l'Amo de Viladomiu Nou, la iglesia de Cal Pons o el Tren del Ciment.

TABLA 41
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|--|
| Oficina de Turismo del Berguedà Oficina Municipal de Turismo de Berga Oficina de Turismo de Cers Oficina de Turismo de Bagà Oficina de Turismo de Castellar de n'Hug Oficina de Turismo de Vallcebre Oficina de Turismo de la Pobla de Lillet Oficina de Turismo de Guardiola de Berguedà Oficina de Turismo de Gósol Punto de Información de Bagà Centro de Información del Parque Natural Cadí-Moixeró (Bagà) Oficina de Turismo del Parc Fluvial del Llobregat (Viladomiu Nou-Gironella) Oficina de Turismo del Macizo de Pedraforca (Saldes) | Consejo Comarcal del Berguedà Diputación de Barcelona Ayuntamiento de Cers Ayuntamiento de Berga Ayuntamiento de Avià Ayuntamiento de Gironella Ayuntamiento de Puig-reig Ayuntamiento de Olvan Ayuntamiento de Guardiola de Berguedà |
| | Organizaciones empresariales |
| | Asociación Comarcal de Empresarios del Berguedà Asociación de Hostelería y Turismo del Berguedà Delegación del Bages-Berguedà de la UGT Delegación del Berguedà de la Cámara de Comercio de Barcelona Grupo de Empresas de Turismo y Montaña de los Ferrocarriles de la Generalitat de Catalunya |
| Asociaciones locales | |
| Consorcio de Formación e Iniciativas de Cers Consorcio de Turismo Alt Berguedà Consorcio del Parque Fluvial del Llobregat (Viladomiu Nou-Gironella) | |
| | Instituciones de investigación |
| | ---- |

Fuente: elaboración propia

4.6. El caso de la Cerdanya

José M^a Prat

4.6.1. El territorio

La comarca de la Cerdanya está situada en el norte de Catalunya (Figura 42), en los Pirineos axiales, limitando con la parte francesa de la propia comarca, la comarca francesa de l'Ariège, las españolas del Ripollès, el Berguedà y l'Alt Urgell y Andorra. Es una de las comarcas naturales con una configuración más definida geográficamente (Blanchon, 2004), ya que está formada por un gran valle de hundimiento tectónico en dirección E-W, que va desde el Coll de la Perxa hasta el estrecho del Baridà, paralelamente al eje de las montañas que lo rodean y envuelto por pequeñas fallas periféricas radiales. El río Segre y su principal afluente en la comarca, el Querol, configuran su estructura hidrográfica. Presenta un clima mediterráneo de montaña, de tipo pre-pirenaico en el llano y pirenaico en las altas montañas. Su grado de humedad es bajo y la precipitación media anual está muy condicionada por la altitud, con las máximas lluvias durante el verano y las mínimas en el invierno, pero con frecuentes nevadas. Las temperaturas son suaves en verano y frías en invierno, con una marcada inversión térmica y una alta amplitud térmica diaria y anual. Además, debido a su particular orientación, la comarca presenta una importante insolación. (Campillo y Vilaró, 1988).

FIGURA 42
Mapa de situación de la Cerdanya



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

A nivel administrativo cuenta con 17 municipios atesorando una superficie de 546,7 km². Con una población escasa (18.063 habitantes en 2014), lo que representa el 0,24% de la población de Catalunya, y una densidad demográfica de 33 hab./km² (Tabla 42). Su capital, Puigcerdà, tiene 8.761 habitantes, y las restantes poblaciones con más de 1.000 habitantes son Bellver de Cerdanya (2.075), Alp (1.661) y Llivia (1.536). (IDESCAT, 2016).

TABLA 42
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Cerdanya | 546,7 | 18.063 | 33,0 | 17 |
| % de Catalunya | 1,70% | 0,24% | - | 1,80% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

En cuanto a su estructura demográfica (Tabla 43), el 14,58% de la población es menor de quince años, mientras que el 68,62% está entre quince y sesenta y cinco años y el 16,80% restante supera los sesenta y cinco años. Comparado con el conjunto de Catalunya, el 0,22% de los jóvenes menores de quince años se encuentran en esta comarca, lo mismo que el 0,26% de la población catalana entre quince y sesenta y cinco años y el 0,23% de los mayores de sesenta y cinco años. Podemos ver que es una comarca que en las últimas décadas ha ido creciendo muy lentamente pasando de 12.611 habitantes en 1985 a 18.063 en 2014 (Tabla 44). Dicho aumento ha sido continuo hasta el año 2010, produciéndose un ligero descenso demográfico a partir de dicha fecha como consecuencia de la crisis económica que ha provocado el retorno d inmigrantes recientes, mayoritariamente extranjeros. Sin embargo, la aportación demográfica de esta comarca al conjunto de Catalunya ha subido del 0,21% en 1985 al 0,24% en 2014. (IDESCAT, 2016).

TABLA 43
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Cerdanya | 2.633 | 12.395 | 3.035 |
| % de Catalunya | 0,22% | 0,25% | 0,23% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

Tradicionalmente ha sido una comarca de tradición agrícola y ganadera pero en las últimas décadas ha apostado fuertemente por los deportes de invierno, las segundas residencias y las actividades vinculadas al turismo. Actualmente predomina el sector servicios, ya que el 79,26% de los afiliados a la Seguridad Social trabajan en este sector frente al 4,15% que lo hace en la agricultura y el 11,27% en la construcción.

TABLA 44
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Cerdanya | 12.611 | 12.676 | 12.757 | 14.055 | 16.862 | 18.549 | 18.063 |
| % de Catalunya | 0,21% | 0,21% | 0,21% | 0,22% | 0,24% | 0,25% | 0,24% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

En cuanto al paro, la comarca presenta una de las cifras más bajas de paro registrado de Catalunya, siendo su tasa de paro en 2014 del 9,71% (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016) (Tabla 45). Además, el PIB per cápita del año 2010 (31.100 €/hab.) se situó por encima de la media catalana y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2008) fue de 17.800 €/hab. (IDESCAT, 2016), mientras que el PIB turístico tuvo un crecimiento acumulado entre 2005 y 2010 del 15,65%, siendo su aportación directa al PIB comarcal del 25,53% (GRIT, 2011); lo que demuestra la gran importancia del sector turístico en la actividad económica de la comarca.

TABLA 45
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Cerdanya | 328 | 421 | 891 | 6.266 |
| % de Catalunya | 0,69% | 0,10% | 0,56% | 0,28% |
| Paro registrado | | | | |
| Cerdanya | 8 | 38 | 163 | 520 |
| % de Catalunya | 0,06% | 0,04% | 0,23% | 0,13% |

Fuente: IDESCAT (2014)

Así pues, gracias a los servicios, principalmente los relacionados con el turismo, desde 1980 la población se ha mantenido estabilizada en la comarca tras décadas de descenso continuado. Esta estabilidad poblacional se refleja en un crecimiento del 33,62% del parque de viviendas entre 2001 y 2011 (Tabla 46), aumentando en todas las tipologías: las primeras residencias el 38,28%, las secundarias el 25,02% y las viviendas vacías el 76,12%. Destaca el peso de las segundas residencias, que en el año 2011 ya suponían el 50% de las viviendas existentes en la comarca. La comarca atesora una larga tradición de espacio de ocio, vinculado al sky y veraneo de las clases altas de Catalunya, especialmente del Barcelona y su área metropolitana.

TABLA 46
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 5.543 | 7.665 | 38,28% |
| Secundarias | 9.081 | 11.353 | 25,02% |
| Vacías/Otras | 1.231 | 2.168 | 76,12% |
| Total | 15.855 | 21.186 | 33,62% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

La comarca, forma parte de la marca turística «Pirineus». La importancia del turismo en este territorio se refleja en su oferta de alojamientos comercializables, que entre los años 2005 y 2014 han aumentado tanto en el número de establecimientos como en el de las plazas disponibles (Tabla 47), destacando la oferta de turismo rural, que ha aumentado más del 50%.

TABLA 47
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|---|-------------|-------------|-------------|----------------|----------------|--------------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones % de Catalunya | 58 2,24% | 62 2,15% | 6,90% - | 2.504 0,99% | 3.137 1,03% | 25,28% - |
| Turismo rural % de Catalunya | 34 2,33% | 54 2,35% | 58,82% - | 345 3,03% | 376 2,07% | 8,99% - |
| Campings % de Catalunya | 7 2,02% | 7 2,00% | 0% - | 1.457 0,62% | 4.524 1,68% | 210,50% - |

Fuente: IDESCAT (2016)

Respecto al conjunto de Catalunya, la aportación de la comarca al turismo rural es del 2,33% de los establecimientos de esta tipología y el 3,03% de la totalidad de las plazas ofertadas. (IDESCAT, 2016). Además, de estos alojamientos, las segundas residencias y los alojamientos turísticos no registrados, la comarca también dispone de siete casas de colonias (con un total de 599 plazas), veintinueve refugios (con 626 plazas) y tres albergues de juventud (con 1.137 plazas) (López Palomeque, 2009).

Su situación fronteriza con Francia y Andorra, su red de comunicaciones (especialmente el Túnel del Cadí), su ubicación geográfica y su singular clima le confieren unas características óptimas para el turismo de naturaleza²¹. Todo ello

21. No hay que olvidar que una parte del Parque Natural Cadí-Moixeró está localizada en esta comarca.

se refleja en la abundante oferta de actividades como son, los paseos a caballo, las excursiones a pie o en bicicleta, las travesías de alta montaña, los campos de golf, la caza y la pesca, los vuelos sin motor o en avioneta, los paseos en globo o los deportes de aventura que son algunas de las múltiples actividades que se pueden realizar.

No obstante, la cultura también presenta una importante oferta, ya que alberga interesantes muestras artísticas, fundamentalmente religiosas de estilo románico (iglesias, capillas y más de 50 ermitas). La gastronomía es otro de los atractivos de la comarca, en la que se utilizan productos autóctonos con los que se elaboran recetas tradicionales como «el trinxat», la «escorredissa a la llosa» y el «pa de fetge», entre otros. También los festejos cargados de tradición permiten al visitante ahondar más en la cultura de estos pueblos de montaña. Así, los Carnavales, la Fiesta del Cerdo y del Queso, la Fira del Bestiar o el Encuentro Micológico de la Cerdanya, son algunas de las manifestaciones festivas más destacadas.

Pero, sin duda, el esquí es la actividad deportiva más importante, ya que la comarca, solamente en su parte española, cuenta con dos estaciones de esquí alpino (La Molina y Masella), y tres de esquí nórdico (Lles, Aransa y Guils-Fontanera). Sus modernas instalaciones y la calidad de los servicios ofrecidos han hecho que, tradicionalmente, la Cerdanya sea considerada como uno de los núcleos de deportes de invierno más importantes de España, además, su ubicación permite un acceso rápido a las numerosas estaciones de esquí francesas y andorranas.

La configuración de la Cerdanya como destino turístico en el Pirineo catalán responde a una trayectoria histórica que se remonta a principios del siglo XX, con las tradicionales residencias de verano en las cercanías del lago de Puigcerdà. Sin embargo, no será hasta los años 40 del siglo XX cuando la comarca comienza a configurarse como un destino preferencial para el turismo de invierno, proceso que se intensificará a partir de los años 80. De esta manera, a través de sus seis oficinas de turismo y/o puntos de información turística se están potenciando diversas actividades con el objetivo de desarrollar un turismo basado en los recursos naturales y culturales del territorio. Este papel preponderante del turismo queda reflejado en la abundancia de establecimientos turísticos y, sobre todo, segundas residencias de la comarca (González Reverte, 2005).

4.6.2. El esquí nocturno y el «après-esquí» en la comarca

La importancia del turismo de nieve en Catalunya, a pesar de la fluctuación anual de días esquiables en función de las situaciones meteorológicas de cada año, es destacable, más si se considera que dicha actividad ha provocado que en las estaciones de esquí catalanas se recibieran en la temporada 2016-2017 alrededor de 2,4 millones de visitantes (lo que representa el 40% del total recibido en las estaciones españolas), con 6,7 millones de pernoctaciones, generando más de 350 millones de euros al año y dando trabajo a 11.500 personas. En estos últimos

años, debido a la crisis económica, la afluencia de esquiadores ha experimentado un cierto descenso, pasando de los 2,213 millones de la temporada 2008-2009 a los 1,677 millones en la 2011-2012 (lejos de los 2,4 millones de 2002-2003 y de 2005-2006), aunque ahora parece se está volviendo a producir un crecimiento más consolidado. (ACEM, 2014; Hosteltur, 2014).

En el caso de la comarca de la Cerdanya, considerando solamente la parte española, se cuenta con dos estaciones de esquí alpino (La Molina y Masella) y tres estaciones de esquí nórdico (Aransa, Lles y Guils-Fontanera). En cuanto al esquí nórdico, Aransa dispone de 32 km esquiabiles y dos circuitos de raquetas de nieve; Lles tiene 36 km y un circuito de raquetas; y Guils-Fontanera ofrece 45 km, tres circuitos de raquetas y una zona infantil. Además, en algunos casos, en las cercanías o en la propia estación de esquí nórdico también se dispone de cafetería-restaurante, campings, refugios y/o albergues.

Respecto al esquí alpino, la estación de La Molina, localizada en el municipio de Alp, recibe alrededor de 266.000 esquiadores (temporada 2015-2016), para los que se dispone de 61 km esquiabiles en sus 54 pistas (de los que 28 km, el 46% del área esquiabiles, pueden abastecerse de la nieve artificial generada por los 455 cañones instalados), dos parques para practicar el *snowboard*, dos pistas para raquetas de nieve, un circuito para vehículos eléctricos de dos ruedas («segway» sobre nieve), una pista para trineos, una pista adaptada para esquiadores con discapacidad, un circuito para trineos con perros («muixing») (Figura 43), dos pistas de «tubbing» y una de «superpipe».

FIGURA 43
Carrera de trineos tirados por perros (La Molina)



Foto: JM. Prat, 2015

Pero, además, la estación, que es de gestión pública a través de Ferrocarriles de la Generalitat de Catalunya (FGC), con capacidad para remontar 25.500 esquiadores/hora, también cuenta con un supermercado, seis bares-restaurantes, dos pubs, discotecas, capilla, tres zonas infantiles, un centro de deportes adaptados, nueve escuelas de esquí, un centro médico, una pista de paseo de esquí nórdico, una pista de hielo, un trampolín, un recinto para combates de escopetas con láser, un parque infantil de aventura, una pista de bolos, un parque simulador de aludes, la posibilidad de practicar el buceo en alguna de sus cuatro lagunas artificiales, spas y *fitness*, refugios, hoteles, albergues y apartamentos. Lo que la consolida como una estación de nieve con un amplio abanico de actividades y servicios. Pero no solamente hay que destacar el turismo de nieve, sino que, aprovechando una parte de sus instalaciones, en verano también ofrece un amplio elenco de actividades (excursiones, tiro con arco, esquí sobre hierba, 4x4, hípica, quads, piscina, juegos infantiles, etc.) que le han permitido recibir alrededor de 34.000 visitantes en los meses de verano de 2014, cifra un 13% superior a la del año anterior. (FGC, 2015).

En cuanto a la estación de Masella, más reciente y de gestión privada, se encuentra situada en parte de los municipios de Alp, Urús y Das. Recibe alrededor de 380.000 esquiadores al año (temporada 2014-2015), ofreciéndoles 74 km esquiables en sus 64 pistas (de los que 41 km pueden recibir nieve artificial mediante sus 509 cañones) y tiene capacidad para remontar 14.500 esquiadores/hora. Entre sus instalaciones, cuenta con un parque de nieve para *snowboard*, una zona infantil, hoteles, apartamentos, bares, restaurantes y discotecas. Destaca la posibilidad de practicar esquí nocturno. Además, junto con La Molina, ha creado el dominio «Alp 2500», compartiendo 128 km esquiables en 117 pistas (de las que 63 pueden ser cubiertas con nieve artificial suministrada por sus 901 cañones).

Pero ambas estaciones, con el objetivo de retener al aficionado de la nieve y del esquí el máximo tiempo posible, especialmente cuando ya ha esquiado, están desarrollando una serie de actividades englobadas en el llamado «après-esquí», aunque a un nivel inferior al de otras estaciones españolas con mayor afluencia de visitantes, como Sierra Nevada (con 781.210 esquiadores y 132.990 no esquiadores, en la temporada 2013-2014) o Baqueira Beret (772.555 esquiadores); o Grand Valira, en Andorra (con 1,6 millones de esquiadores) (ACEM, 2015). Así, en Masella, que desde el año 2015 cuenta con la mayor área de pistas iluminadas por focos del Pirineo, se realizan bajadas nocturnas por sus 13 pistas con 10 km esquiables (Figura 44).

Nos encontramos ante un producto novedoso que atrae especialmente a jóvenes de España y Francia, y también a muchos aficionados de la Cerdanya, que aprovechan para subir a las pistas entre semana. Así pues, la noche invernal se está manifestando como un buen momento para programar actividades con un toque especial, y esto es algo que va más allá del esquí y el «snowboard». Por ejemplo, en La Molina se organizan salidas nocturnas con raquetas de nieve para descubrir el dominio bajo una luz diferente, con una posterior cena en el refugio del Niu de l'Àliga, situado en la cumbre de la Tosa d'Alp, a más de 2.500 metros. Además,

esta misma estación dispone de una zona de «chill out» y «lounge» en su base, pudiéndose realizar vida social en sus bares y cafeterías, restaurantes, pubs y discotecas, disfrutando de música en vivo o enlatada.

FIGURA 44
Esquí nocturno en Masella

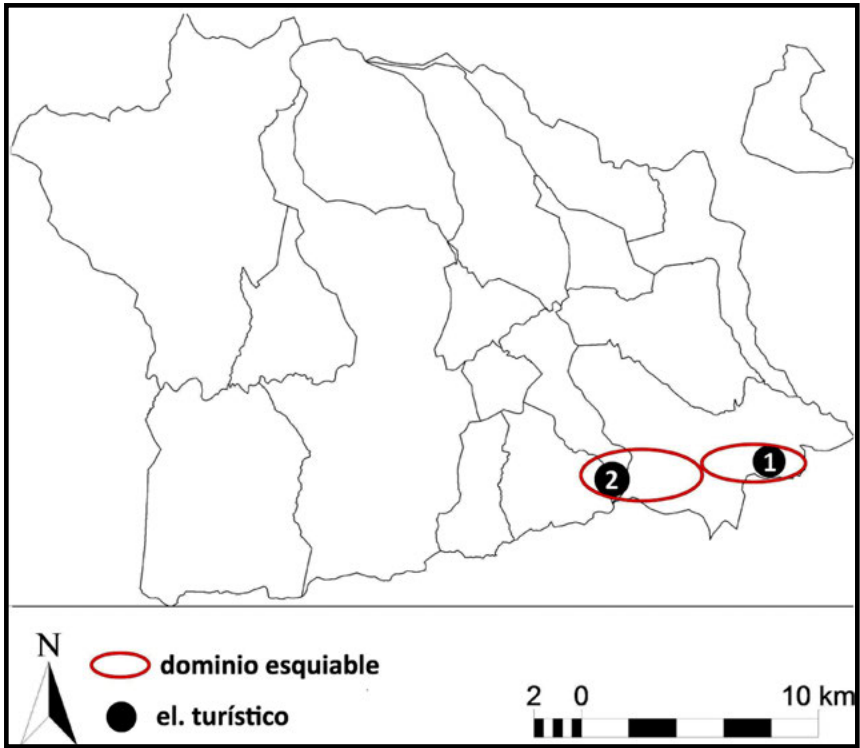


Foto: JM Prat, 2016

Así pues, se trata de un producto turístico creado alrededor del esquí nocturno, con una serie de actividades complementarias al esquí tradicional que todavía se encuentran aquí en una fase inicial de desarrollo, pero que ya está muy consolidado en otros países con mayor tradición esquiadora, como Francia (que tiene más de 55 millones de esquiadores al año), Austria (50 millones), Italia (31 millones) o Suiza (casi 24 millones).

De esta manera se está consolidado en la comarca un clúster alrededor del esquí nocturno y del «après-esquí», con recursos turísticos, alojamientos, restaurantes y bares, instalaciones recreativas, deportivas y de ocio, experiencias y sensaciones; todo ello con la colaboración de los agentes locales (oficinas de turismo, agentes públicos, asociaciones deportivas y organizaciones empresariales). Para más detalle se presenta un mapa de la situación de los recursos del producto turístico en la comarca (Figura 45) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dicho clúster (Tabla 48).

FIGURA 45
Situación geográfica de los elementos turísticos del clúster



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--------------------------------|-----------------|
| 1 | Estación de esquí de La Molina | Alp |
| 2 | Estación de esquí de Masella | Alp, Urús y Das |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

TABLA 48
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|---|
| Oficina de Turismo Comarcal de la Cerdanya Oficina de Turismo de Puigcerdà Oficina de Turismo de Alp Oficina de Turismo de Bellver Oficina de Turismo de Llivia CAT Puigcerdà | Consejo Comarcal de la Cerdanya Diputación de Girona Ayuntamiento de Alp Ayuntamiento de Das Ayuntamiento de Urús |
| Instituciones de investigación | Asociaciones locales |
| --- | Club Esquí Supermolina Club Esquí Puigcerdà Elit Cerdanya-Masella Club Gel Puigcerdà Els Isards Maresme Neu CANM Cerdanya Vall Ceretana Alpi Ceretà CE Cerdanya Club Internacional Club Esquí Llivia Club Esquí Bellver Club Esquí La Molina Club Olimpia Traça Meganeu |
| Organizaciones empresariales | |
| Asociación de Hoteles y Campings de la Cerdanya Asociación de Empresarios La Molina-Masella Ferrocarriles de la Generalitat de Catalunya Telesquíes de la Tossa de Alp, Das y Urús Esquí Natura Asociación de Bares y Restaurantes de la Cerdanya | |

Fuente: elaboración propia

4.7. El caso de la Comarca del Jiloca

Asunción Blanco-Romero

4.7.1. El territorio

La Comarca del Jiloca está situada en el noroeste de la provincia de Teruel (Aragón), en el Sistema Ibérico y en el tramo medio del río Jiloca, del que recibe su nombre. Al norte limita con el Campo de Daroca, al oeste con el Señorío de Molina-Alto Tajo (Guadalajara), al sur con la comarca de Teruel y la Sierra de Albarracín, y al este con las Cuencas Mineras y el Campo de Belchite. Se constituyó como comarca independiente en el año 2003, siendo Calamocha su capital administrativa. La comarca (Figura 46) tiene una superficie de 1.932,34 km² y engloba 40 municipios. (Instituto Aragonés de Estadística - IAEST, 2016).

FIGURA 46
Mapa de situación de la Comarca del Jiloca



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

Se trata de un territorio formado por terrenos de origen sedimentario, marinos y continentales, y su clima es de tipo mediterráneo continentalizado, fresco y algo seco, con inviernos duraderos y muy soleados. De octubre a mayo se suelen producir fuertes heladas. Las precipitaciones son escasas, oscilando entre los 350 y 600 mm, según los años. La razón de esta sequedad es su localización en la zona interior de la Cordillera Ibérica, con una orografía montañosa que actúa de pared, impidiendo que los vientos húmedos del Atlántico y del Mediterráneo penetren más allá de sus márgenes exteriores. La lluvia suele concentrarse en la primavera y el otoño, mientras que en el verano las puntuales precipitaciones suelen tener un origen tormentoso, provocando las conocidas ramblas. (Andrés, 2004).

Los manantiales de agua subterránea son muy numerosos en la comarca, sobre todo los afloramientos de las capas freáticas procedentes de la sierra de Albarracín y de la Laguna de Gallocanta. Por ello se puede cultivar, sin necesidad de riegos artificiales, cereales de grano de invierno, vid y plantas resistentes, como el azafrán, el cáñamo y el lino, aunque predominan los cultivos de cereal. Históricamente, la comarca se ha dedicado a las actividades agrícolas y ganaderas y a la extracción de minerales, especialmente hierro y cobre. Sin embargo, a partir del siglo XX, surgió una industria relacionada con la transformación de productos agroalimentarios, siendo actualmente esta actividad una de las más importantes en la comarca. La ganadería, por su parte, ha estado ligada a la existencia de numerosas zonas no aptas para el cultivo, sobre todo los piedemontes, muy adecuados para las explotaciones extensivas de ovino. En las últimas décadas del siglo XX se ha extendido la ganadería intensiva, especialmente de porcino. En cuanto a las actividades extractivas relacionadas con la minería, éstas han sido constantes a lo largo de los siglos, destacando las minas de hierro de Sierra Menera, una de las más importantes de España, que cesó sus actividades en 1987. Además, en las capitales comarcales (Calamocha y Monreal del Campo) se realizan numerosas actividades terciarias o de servicios. (Andrés, 2004; Rubio y Sanz, 2007).

Su población es muy escasa (13.205 habitantes en el año 2014), lo que representa una densidad de 6,83 hab./km². (Tabla 49). Sus dos ciudades más importantes son Calamocha con 4.469 hab. en 2014 y Monreal del Campo con 2.636 hab. (IAEST, 2016).

TABLA 49
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|--------------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Comarca del Jiloca | 1.932,34 | 13.205 | 6,83 | 40 |
| % de Aragón | 4,05% | 1,00% | - | 5,47% |

Fuente: IAEST (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

En cuanto a su estructura demográfica (Tabla 50), el 11,94% de la población es menor de quince años, mientras que el 57,96% está entre quince y sesenta y cinco

años y el 30,10% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Aragón, el 0,80% de los jóvenes menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 0,90% de la población aragonesa entre quince y sesenta y cinco años y el 1,44% de los mayores de sesenta y cinco años.

TABLA 50
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|--------------------|-----------|------------|-----------|
| Comarca del Jiloca | 1.577 | 7.654 | 3.974 |
| % de Aragón | 0,80% | 0,90% | 1,44% |

Fuente: IAEST (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

Se trata, así, de una comarca con una población madura, y en constante recesión demográfica (Tabla 51), pasando de 18.470 habitantes en 1981 a 13.205 en 2014, lo que representa una reducción del 28,51%. En la tabla se observa, como la aportación demográfica de la comarca al conjunto de Aragón ha disminuido ininterrumpidamente, pasando del 1,54% en 1981 hasta el 1,00% en 2014.

TABLA 51
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1981 | 1991 | 1996 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Comarca del Jiloca | 18.470 | 15.640 | 14.353 | 13.964 | 13.940 | 14.142 | 13.205 |
| % de Aragón | 1,54% | 1,32% | 1,21% | 1,17% | 1,10% | 1,05 | 1,00% |

Fuente: IAEST (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

Esta recesión demográfica es resultado del flujo emigratorio producido por las sucesivas crisis de las actividades económicas tradicionales de la comarca, especialmente la agricultura y la minería. Sin embargo, en los últimos años, gracias al auge de los servicios, se han reestructurado y diversificado las actividades, con una cierta concentración laboral en el sector terciario, ya que el 44,29% de los afiliados a la Seguridad Social residentes en la comarca trabajan en los servicios frente al 22,95% que lo hace en el sector agrario y el 23,15% en el industrial. Su tasa de paro se situó en el 20,34% en 2013, lo cual era algo superior a la media de la provincia de Teruel (el 19,83%) y de la Comunidad Autónoma de Aragón (el 18,36%). (Tabla 52). Por otra parte, el PIB per cápita del año 2010 (12.553 €/hab.) se situó por debajo de la media aragonesa y su Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita en el año 2011 fue de 11.896 €/hab. (cifra 2,73% superior a la del año 2008). (INE, 2016; IAEST, 2016).

TABLA 52
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Comarca del Jiloca | 810 | 817 | 339 | 1.563 |
| % de Aragón | 2,37% | 0,95% | 1,15% | 0,44% |
| Paro registrado | | | | |
| Comarca del Jiloca | 52 | 128 | 110 | 356 |
| % de Aragón | 0,76% | 0,97% | 0,99% | 0,57% |

Fuente: IAEST, 2016

Por su parte, el parque de viviendas ha crecido un 9,88% entre 2001 y 2011 (Tabla 53), aumentando en todas las tipologías pero en especial las segundas residencias (el 19,38%). A este fenómeno no es ajena su situación como lugar de paso entre Teruel y Zaragoza, destacando como principales vías de comunicación la autovía A-23 (de Teruel a Zaragoza) y las carreteras N-211 (de Madrid a Alcañiz) y N-234 (de Sagunto a Burgos); así como la línea férrea de Valencia a Zaragoza.

TABLA 53
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 5.555 | 5.580 | 0,45% |
| Secundarias | 4.318 | 5.155 | 19,38% |
| Vacias/Otras | 1.447 | 1.703 | 17,69% |
| Total | 11.320 | 12.438 | 9,88% |

Fuente: IAEST (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

Durante el período 2009-2013 la comarca ha aumentado su oferta de alojamientos turísticos (Tabla 54), de manera que ha pasado de 15 establecimientos hoteleros a 18, lo que representa un crecimiento del 20%, mientras que sus plazas han aumentado un 11,03%. Análogamente, los establecimientos de turismo rural han pasado de 23 a 33 (un crecimiento del 43,48%), aumentando sus plazas un 40,56%. Sin embargo, sigue sin existir ningún camping en la comarca. Por contra, se ha pasado de 0 a 5 alojamientos turísticos, con una oferta de 24 plazas. Respecto al conjunto de Aragón, destaca la aportación del turismo rural, con el 2,41% de los establecimientos de esta tipología y el 2,40% de las plazas ofertadas. (IAEST, 2016).

TABLA 54
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2009 | 2013 | 2009-2013 | 2009 | 2013 | 2009-2013 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 15 | 18 | +20% | 435 | 483 | +11,03% |
| % de Aragón | 1,65% | 1,87% | - | 1,00% | 1,07% | - |
| Turismo rural | 23 | 33 | +43,48% | 180 | 253 | +40,56% |
| % de Aragón | 2,09% | 2,41% | - | 2,15% | 2,40% | - |
| Campings | 0 | 0 | 0% | 0 | 0 | +0% |
| % de Aragón | 0% | 0% | - | 0% | 0% | - |

Fuente: IAEST, 2016

En la Comarca del Jiloca existen parajes naturales de extraordinaria belleza, destacando la Laguna de Gallocanta (uno de los principales humedales europeos y la mayor laguna endorreica de agua salada de la Península Ibérica, con gran variedad de aves), las Sierras de Cucalón, Oriche, Pelarda, Santa Cruz, Valdellosa y Menera (donde abundan las águilas, halcones, gavilanes, ciervos, corzos, rebecos, jabalíes y zorros, así como los bosques de encinas, sabinas, quejigos, robles y carrascas), las Riberas de los ríos Jiloca y Pancrudo, el Barranco del Arguilay (Báguena), los Ojos del Jiloca, el nacimiento y curso alto de los ríos Huerva y Aguasvivas y el Pantano de Lechago (Andrés, 2004). Por ello, la comarca ofrece al visitante la oportunidad de realizar múltiples actividades relacionadas con el senderismo, las rutas a caballo, las rutas en bicicleta de montaña, la escalada y el barranquismo.

También es importante su patrimonio cultural, con una oferta muy variada, desde ruinas de antiguas ciudades romanas hasta castillos medievales, pasando por palacios y casonas solariegas. Dentro del extenso patrimonio histórico-artístico de la comarca cabe mencionar el Castillo de Peracense, el casco histórico de Calamocha, las ruinas de la ciudad romana de «La Caridad» (Caminreal), los puentes romanos de Calamocha y Luco de Jiloca, las Torres Mudéjares de San Martín del Río, Navarrete del Río, Báguena y Olalla (declaradas Patrimonio de la Humanidad desde 2001), los puentes romanos de Luco del Jiloca y Calamocha, las minas de hierro abandonadas y las antiguas Salinas Reales de Ojos Negros, el Museo del Vino de San Martín del Río, el Molino de Viento harinero de Ojos Negros, el Museo de los Mares Paleozoicos en Santa Cruz de Nogueras, el Museo de la Miel en Báguena y el Museo del Azafrán de Monreal del Campo. (Navarro y Sánchez, 1996; Rubio y Sanz, 2007). La comarca también dispone de una variada gastronomía, siendo su producto estrella el jamón, incluido en la Denominación de Origen Protegida Jamón de Teruel.

En base a este amplio patrimonio natural y cultural se está realizando un esfuerzo considerable en dotar de infraestructuras culturales que puedan satisfacer los intereses de la población local y del creciente número de turistas que recibe la comarca. Se han instalado recientemente dos oficinas de turismo (una en Calamocha y otra en Monreal del Campo) complementadas con otros dos puntos de información turística

(en Loscos y en Peracense). Sin embargo, este incipiente desarrollo turístico está todavía muy vinculado a la situación de paso por la carretera y denota que el número de turistas que visitan expresamente la comarca todavía es pequeño. Desde la administración local se está impulsando una pequeña red de casas de turismo rural con el objetivo de dinamizar el sector turístico. Teniendo en cuenta que el perfil del turista que visita la Comarca del Jiloca se identifica con familias jóvenes que buscan naturaleza y cultura, pernoctando en los hoteles y en las viviendas de turismo rural, con el propósito de realizar excursiones por los alrededores.

4.7.2. El turismo del patrimonio bélico en la comarca

Debido a la contienda de la Guerra Civil española, la zona resultó muy castigada y atesora espacios de memoria histórica y restos de patrimonio bélico, que recientemente se están poniendo en valor. Así, en los municipios de Singra, Rubielos de la Cérida y en las cercanías de Fonfría, pueden observarse las técnicas de fortificación más comunes utilizadas en el primer tercio del siglo XX, con multitud de nidos de ametralladora, refugios para tropas, trincheras y bunkers.

En la actualidad, las mayores concentraciones de estos restos bélicos se localizan dentro de la entonces zona franquista, en localidades como Bueña (Figura 47), Cosa, Bañón, Singra y Rubielos de la Cérida, que tiene una de las trincheras mejor conservadas de la Guerra Civil y cuenta con una alta densidad de vestigios (más de 60 puestos de tirador con mirillas, 7 nidos de ametralladoras y 3 refugios cubiertos). Del bando republicano destacan las de Monforte de Moyuela (Figura 48). Estos vestigios han permitido diseñar la denominada «Ruta Turística de la Guerra Civil», con 51,1 km de recorrido (48,4 km discurren por carretera y 2,7 km por caminos) que van desde Caminreal hasta Singra.

FIGURA 47
Trincheras de «La Fuentecilla» (Bueña)



Fuente: Consejo Comarcal del Jiloca (2016)
(extraído de: <http://www.descubrejiloca.es/patrimonio-historico/trincheras/>)

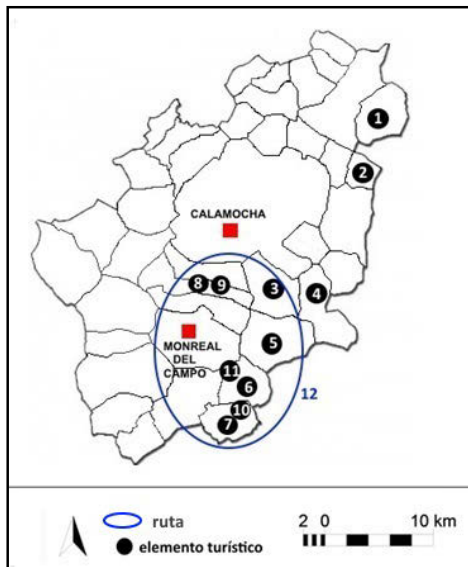
FIGURA 48
Fortín-nido de ametralladoras de las trincheras de Cabezo Santo
(Monforte de Moyuela)



Fuente: Consejo Comarcal del Jiloca (2016)
(extraído de: <http://www.descubrejiloca.es/patrimonio-historico/trincheras/>)

En el mapa se presenta la situación de los elementos que configuran este recurso turístico en la comarca (Figura 49) y se completa con un cuadro que recoge los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dichos recursos (Tabla 55).

FIGURA 49
Situación geográfica de los elementos de este recurso turístico en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|---------------------------------|------------------------|
| 1 | Trincheras de Cabezo Santo | Monforte de Moyuela |
| 2 | Trincheras de los Villares | Allueva |
| 3 | Restos fortificados de Bañón | Bañón |
| 4 | Restos fortificados de Cosa | Cosa |
| 5 | Trincheras de los Pilonos | Rubielos de la Cériida |
| 6 | Trincheras de la Fuentecilla I | Bueña |
| 7 | Trincheras de Cabezo Pequeño | Singra |
| 8 | Trincheras de Monte Rojo | Caminreal |
| 9 | Restos fortificados El Balsete | Caminreal |
| 10 | Trincheras de Cabezo Grande | Singra |
| 11 | Trincheras de la Fuentecilla II | Bueña |
| 12 | Ruta de la Guerra Civil | De Caminreal a Singra |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

TABLA 55
Agentes directamente relacionados con este recurso turístico

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|---|--|
| Oficina de Turismo de Calamocha Oficina de Turismo de Monreal del Campo Punto de Información Turística de Loscos Punto de Información Turística de Peracense | Consejo Comarcal del Jiloca Diputación de Teruel Ayuntamiento de Calamocha Ayuntamiento de Fonfria Ayuntamiento de Loscos Ayuntamiento de Monforte de Moyuela |
| Instituciones de investigación | Ayuntamiento de Singra Ayuntamiento de Cosa Ayuntamiento de Rubielos de la Cériida |
| Centro de Estudios del Jiloca | Ayuntamiento de Bañón |
| Organizaciones empresariales | Ayuntamiento de Caminreal |
| ---- | Ayuntamiento de Allueva |
| Asociaciones locales | |
| ---- | |

Fuente: elaboración propia

4.8. El caso de Osona

José Antonio Corral

4.8.1. El territorio

Osona es una comarca interior de Cataluña situada en el extremo nordeste de la Depresión Central Catalana, a medio camino entre el litoral mediterráneo y los Pirineos. Linda al norte con el Ripollès, la Garrotxa y el Berguedà; al oeste con el Bages; al este con la Selva; y al sur con el Vallès Oriental (Figura 50). Osona consta de cuatro subcomarcas. La Plana de Vic constituye el núcleo de la comarca, una cuenca de erosión abierta por la acción del río Ter, rodeada de montañas y altiplanos: el Lluçanès al oeste, el Cabrerès o Collsacabra al nordeste y les Guillerries-Montseny al sureste. Los rasgos climáticos que explican la originalidad de la comarca son la continentalización del clima, las inversiones térmicas y las lluvias veraniegas (Font, 2004).

FIGURA 50
Mapa de situación de Osona



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

Osona contiene 51 municipios, que ocupan una superficie de 1.260,2 km². En 2014 la población era de 154.897 habitantes y la densidad, de 122,9 hab./km² (Tabla 56). Vic, capital comarcal, es el municipio más poblado, con 41.956 habitantes. Las

otras poblaciones osonenses con más de 5.000 habitantes son: Manlleu (20.279), Torelló (13.949), Tona (8.012), Centelles (7.333), Taradell (6.219) y Roda de Ter (6.124), (Idescat, 2016).

TABLA 56
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Osona | 1.260,2 | 154.897 | 122,91 | 51 |
| % de Catalunya | 3,93% | 2,06% | - | 5,39% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

En cuanto a la estructura demográfica de la comarca (Tabla 57), el 17,09% de la población es menor de quince años, mientras que el 65,76% está entre quince y sesenta y cinco años, y el 17,15% restante supera los sesenta y cinco años. En comparación con la estructura del conjunto de Catalunya, el 2,23% de los jóvenes menores de quince años se encuentra en Osona, el 2,04% de la población catalana entre quince y sesenta y cinco años y el 1,99% de los mayores de sesenta y cinco años.

TABLA 57
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Osona | 26.478 | 101.857 | 26.562 |
| % de Catalunya | 2,23% | 2,04% | 1,99% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes (2015)

En los últimos 30 años, la población de la comarca ha crecido desde los 115.693 habitantes en 1985 hasta los 154.897 en 2014, aunque últimamente se ha estabilizado (Tabla 58). En dicha tabla se puede observar como la aportación demográfica de Osona al conjunto de Catalunya ha aumentado ligeramente, hasta representar actualmente el 2,06%.

TABLA 58
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Osona | 115.693 | 118.285 | 122.065 | 126.853 | 142.337 | 153.499 | 154.897 |
| % de Catalunya | 1,89% | 1,92% | 1,96% | 2,03% | 2,03% | 2,04% | 2,06% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes (2014)

Asimismo, la afiliación a la Seguridad Social es mayor porcentualmente respecto al conjunto de Catalunya en los sectores primario y secundario (Tabla 59), mientras que el mayor porcentaje porcentual de paro se encuentra en el sector industrial.

TABLA 59
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Osona | 2.048 | 18.559 | 3.824 | 40.198 |
| % de Catalunya | 4,25% | 4,31% | 2,40% | 1,78% |
| Paro registrado | | | | |
| Osona | 245 | 2.852 | 1.455 | 6.344 |
| % de Catalunya | 1,75% | 3,42% | 1,91% | 1,64% |

Fuente: IDESCAT, 2015

El aumento de población del primer decenio de siglo, y su posterior estabilización, han comportado un crecimiento global del parque de viviendas del 21,21% entre 2001 y 2011 (Tabla 60). Este aumento global del parque de viviendas se debe al fuerte aumento de primeras residencias (31,16%), que ha compensado con creces la reducción de segundas residencias y de residencias vacías (-16,88% y -2,45%, respectivamente). La inmigración extranjera es una de las causas de este fenómeno, pero probablemente también la instalación de familias procedentes del área metropolitana de Barcelona, atraídas por un menor coste de la vivienda y una buena calidad de vida. Además, los desplazamientos por carretera han mejorado con inversiones en las principales vías, como la mejora y desdoblamiento de la C-17, entre Barcelona y Ripoll; la apertura y posterior desdoblamiento de la C-25, entre Lleida y Girona; y la construcción de la C-37, entre Vic y Olot. Sin embargo, la conexión ferroviaria es deficiente y lenta, a causa de la falta de inversiones en la línea R3 entre Barcelona y Puigcerdà, cuyo desdoblamiento de vía es una reivindicación histórica del territorio.

TABLA 60
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 44.196 | 57.968 | 31,16% |
| Secundarias | 6.089 | 5.061 | -16,88% |
| Vacías/Otras | 8.783 | 8.568 | -2,45% |
| Total | 59.068 | 71.597 | 21,21% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

Osona, junto a las comarcas del Bages y la Anoia, está englobada dentro de la marca turística «Paisajes de Barcelona», según las divisiones tanto de la Generalidad de Cataluña como de la Diputación de Barcelona. La importancia actual del turismo en la comarca se refleja en su oferta de alojamientos turísticos (hoteles, hostales y pensiones, establecimientos de turismo rural y campings), que entre los años 2005 y 2014 ha crecido tanto en número de establecimientos como en plazas disponibles (Tabla 61). Destaca la oferta de turismo rural, que ha aumentado un 45,16% en número de establecimientos y un 51,79% en plazas. El incremento en plazas de camping también ha sido considerable (60,91%), mientras que la capacidad de alojamiento en hoteles, hostales y pensiones ha aumentado moderadamente. Respecto al conjunto de Cataluña, destaca la aportación del turismo rural, con el 5,87% de los establecimientos catalanes de esta tipología y el 6,55% de las plazas ofertadas. (IDESCAT, 2016).

TABLA 61
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 46 | 49 | +6,52% | 1.743 | 1.954 | +12,11% |
| % de Catalunya | 1,78% | 1,70% | - | 0,69% | 0,64% | - |
| Turismo rural | 93 | 135 | +45,16% | 782 | 1.187 | +51,79% |
| % de Catalunya | 6,38% | 5,87% | - | 6,88% | 6,55% | - |
| Campings | 7 | 9 | +28,57% | 1.952 | 3.141 | +60,91% |
| % de Catalunya | 2,03% | 2,58% | - | 0,83% | 1,16% | - |

Fuente: IDESCAT, 2016

Además de estos alojamientos, las segundas residencias y los alojamientos turísticos no registrados, Osona dispone también de 2.127 plazas en casas de colonias, tres campamentos juveniles (con 1.134 plazas), dos refugios (con 36 plazas) y dos albergues de juventud (con 364 plazas) en (López Palomeque, 2009).

Osona no es una comarca muy turística: su índice de especialización turística en 2010 fue de 0,23, frente al 1 de la media catalana; a escala municipal, solo los municipios de Seva y de Rupit y Pruiñt tienen una especialización superior a la catalana (Cámara de Comercio y Diputación de Barcelona, 2012). Sin embargo, cuenta con numerosos atractivos culturales y naturales, que las 14 oficinas y/o puntos de información turística que hay en la comarca, lideradas por el ente comarcal de gestión y promoción turísticas, Osona Turisme, llevan tiempo trabajando por poner en valor, así como en establecer la comarca como una marca de destino diferenciado y por consolidarla como un destino turístico de calidad. En 2014, 61 establecimientos turísticos de la comarca obtuvieron la distinción del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (Corral, 2012).

Entre sus valores naturales destacan tres espacios protegidos: el Parque Natural del Montseny, el Parque del Castillo de Montesquiu y el Espacio Natural de Les

Guilleries-Savassona. En estos y otros espacios de interés natural se pueden practicar actividades de turismo activo, como vuelos en globo aerostático (especialmente en la Plana de Vic); deportes acuáticos (en el Pantano de Sau); recorridos a pie, a caballo, en bicicleta y en 4x4; actividades de aventura, como salto de puente, tirolesa, escalada o tiro con arco.

La comarca es rica en recursos culturales. El Museo del Yacimiento Arqueológico de la Esquerda, en Roda de Ter, conserva evidencias de más de 2.500 años de historia de un poblado ibérico y medieval. El Campo de las Losas, en Tona, es el centro de interpretación de un yacimiento arqueológico de época íberoromana (siglos II y I a.C.). El arte románico (siglos XI al XIII) puede admirarse en más de 90 edificios de Osona, entre los que destacan el Conjunto de Santa Maria de Lluçà, así como el Monasterio de Sant Pere de Casserres, enclavado en el extremo de una península rodeada por un espectacular meandro del río Ter, y en cuyas estancias se explica la vida cotidiana de los monjes benedictinos.

El patrimonio tangible y el intangible de la comarca han propiciado el desarrollo de otras actividades de turismo cultural. El Museo Industrial del Ter, en Manlleu, que ocupa una antigua fábrica de hilatura algodonera de 1841, permite conocer el proceso de industrialización a través de visitas teatralizadas del museo y visitas guiadas del canal industrial de Manlleu y de las colonias textiles de Borgonyà y Rusiñol. Otros dos atractivos de turismo industrial son el Museo de la Tornería, en Torelló, y el Museo del Cobre, en Les Masies de Voltregà. El turismo literario en la comarca se debe sobre todo al legado de dos grandes poetas. La Casa Museo Verdaguer, en Folgueroles, es el centro de visitas, rutas y actividades que acercan al visitante a la vida y la obra de Jacint Verdaguer, escritor romántico considerado padre de la literatura catalana moderna. La Ruta Literaria de Miquel Martí i Pol, vincula la vida y la obra de uno de los poetas catalanes más populares del siglo XX, mediante un itinerario de 18 puntos de lectura en el pueblo de Roda de Ter. Las historias y leyendas de bandoleros y brujas constituyen la base de otros atractivos turísticos de la comarca, como el Espacio Montseny, en Viladrau; el Espacio Perot Rocaguinarda, en Olost; y el Centro de Interpretación de la Brujería, en Sant Feliu Sasserra. Además, el calendario anual de la comarca tiene señaladas multitud de fiestas y ferias, como las de San Antonio Abad («Passant dels Tres Tombs»), en diversas localidades; la Feria del Abeto, en Espinelves; la Feria de la Castaña, en Viladrau; la Fiesta del Pino, en Centelles...

Según un estudio de guías de viajes, el principal atractivo turístico de la comarca es la espaciosa Plaza Mayor de Vic o Mercadal (López Palomeque, 2009), donde el mercado semanal tiene lugar los martes y los sábados. El Mercadal es el punto de partida de un itinerario por el casco antiguo de Vic, formado por 32 edificios de interés histórico o artístico. Los principales conjuntos arquitectónicos son la Catedral de San Pedro Apóstol, decorada por el muralista José María Sert, el Hospital de la Santa Cruz, el Templo Romano y la Casa de la Ciudad. El Museo Episcopal –declarado de interés nacional por la Generalidad de Cataluña– atesora obras maestras de arte sacro medieval catalán. Los otros tres museos de la ciudad son el Museo de Arte de la Piel, el Claretiano y el Balmes. Y los principales

eventos anuales son el Mercado de Ramos, el Mercado de Música Viva y el Mercado Medieval (Corral, Puigví y Ferrer, 2009).

El desarrollo del turismo en la comarca queda reflejado en los datos de 2011, que indican que 190.000 viajeros la visitaron, con un total de 430.000 pernoctaciones en alojamientos turísticos, y cerca de 1.260.000 pernoctaciones en segundas residencias. Las actividades turísticas generaron en 2011 en la comarca un PIB de 59,4 millones de euros, lo que significa un 1,7% de la economía comarcal, y posibilita la existencia de cerca de 1.200 puestos de trabajo. Los turistas aportan alrededor del 0,7% del PIB de Osona, mientras que la segunda residencia y los visitantes de un día representan cada uno de ellos un 0,5%.

De cara al futuro, manteniéndose la misma tendencia de crecimiento de la demanda de los últimos cinco años, las previsiones son que en el año 2022 la aportación del turismo a la economía de la comarca será de 69,7 millones de euros, lo que representa un incremento del 17% respecto a la cifra actual. Ahora bien, si se produce un escenario más optimista, como el elaborado a partir de las previsiones del Plan de Marketing de la Provincia de Barcelona sobre la evolución del número de turistas y excursionistas que visitarán la comarca en los próximos años, entonces la previsión del PIB generado por las actividades turísticas en 2022 será de 89,6 millones de euros (Cámara de Comercio y Diputación de Barcelona, 2012).

4.8.2. El Ecomuseo del Trigo

El ecomuseo se define como un museo que se orienta a facilitar que la población local pueda identificar, conservar y celebrar su patrimonio cultural (Davis, 2008: 403) y como «un vehículo para la participación cívica en la proyección y en el desarrollo colectivo» (Prat y Cànoves, 2012: 83). La idea del Ecomuseo del Trigo surgió a raíz de unos estudios del Inventario del Patrimonio Etnológico de Cataluña (IPEC) de la Masía el Colomer y de las colecciones reunidas por su propietario, Joan Lleopart i Prat (Taradell, 1923-1999), campesino y etnógrafo aficionado (Torrents, 2004). La misión del Ecomuseo del Trigo es contribuir a estudiar, preservar, difundir y poner en valor el patrimonio de la comarca de Osona, material e inmaterial, relacionado con la agricultura, la ganadería, los oficios artesanos, y el mundo rural en general (Ponce, 1999; Torrents, 2009; Ponce y Torrents, 2015).

Las siete sedes patrimoniales vinculadas al Ecomuseo del Trigo son, - Red de Patrimonio Rural de la Plana de Vic son la Masía El Colomer, el Encinar de la Roca, el Museo del Pan, el Molino de la Calvaria, la Casa Museo Verdager, el Campo de las Losas y la Cabaña de la Roca. Sin embargo, en la comarca existen más de 20 colecciones y museos relacionados con el medio rural susceptibles de añadirse a la red de patrimonio agrario que impulsa el Ecomuseo del Trigo.

El Colomer es una gran casa aislada, en Taradell, que tiene sus orígenes entre los siglos XI y XII. Ubicada en un entorno de campos de cultivo, masías, bosques y yermos, permite apreciar las dependencias más usuales de las casas solariegas de la zona, destinadas a usos agrícolas y ganaderos. En la casa se conserva un patrimonio etnográfico de más de 1.000 piezas, inventariadas y documentadas en

cinco proyectos del IPEC, entre 2000 y 2006. En las salas de entrada a la casa se exponen sillas de montar y guarniciones, carros y herramientas agrícolas de tracción animal; en el antiguo granero se exhibe una colección de cestos hechos de mimbre y caña; y en la buhardilla se encuentra el Museo del Trigo (Figura 51), donde se exponen los utensilios empleados en las tareas del ciclo de cultivo de cereales de invierno. En un terreno cercano a la casa, el Campo de los Almendros, se ha restituido experimentalmente a escala un modelo de rotación cuatrienal de cultivos llamado *trènit*.

La Comisión de Fiestas de San Antonio Abad de Taradell (conocida como «los tonis») custodia tres colecciones patrimoniales. En el Encinar de la Roca se conservan cerca de 70 carruajes restaurados, además de herramientas del campo y guarniciones, los cuales todavía desfilan cada enero por las fiestas del Passant dels Tres Tombs; en el taller de Can Marxant se guardan 102 piezas o materiales relacionados con el oficio de carretero; y en Can Coll se mantiene una colección de herramientas del almadreñero o fabricante de zuecos.

FIGURA 51
Sala del Museo del Trigo



Fuente: Fotografía de Lluís Salvans i Casas (en Torrents, 2004)

El Museo del Pan fue creado en 1982 por Joaquim Sañé, panadero de Tona y estudioso de la historia y el mundo del pan. Contiene una colección de utensilios tradicionales empleados en la elaboración y el comercio de pan, una recopilación de más de 300 variedades tradicionales de pan y una explicación de la evolución histórica del pan. El Molino de la Calvaria (Figura 52) es un antiguo molino harinero del siglo XI, situado a la vera del torrente de Sant Martí de Riudeperes, en Calldetenes. Muestra los mecanismos y el proceso de moler el grano de trigo para obtener harina, mediante el aprovechamiento de energía hidráulica. En el molino hay también un horno giratorio de leña y un obrador donde se elabora pan a partir de antiguos cereales recuperados. El molino forma parte de la Ruta de los Molinos, un itinerario de unos tres kilómetros por la ribera del torrente, que recorre seis molinos, y que permite apreciar obras de ingeniería hidráulica, como acequias y presas.

FIGURA 52
Pajar y molino de la Calvaria



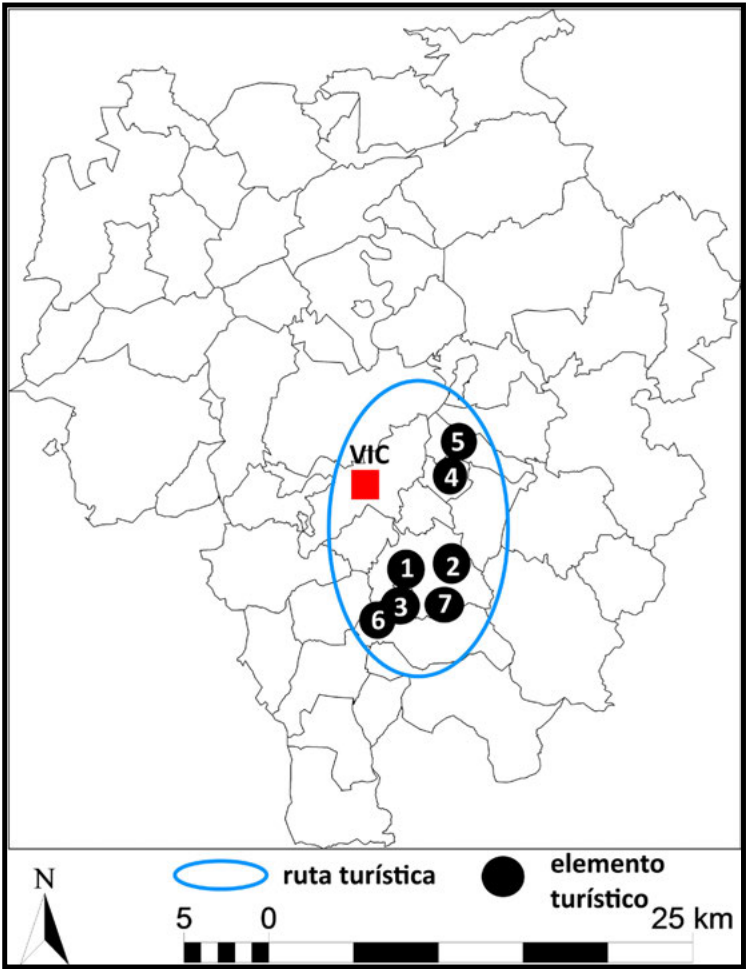
Fuente: JM Prat, 2016

En la Casa Museo Verdaguer, en Folgueroles, aparte de presentarse la vida y la obra del poeta Jacint Verdaguer (1845-1902), también se muestran las características básicas y objetos de una casa de pueblo de mediados del siglo XIX, así como elementos de la vida cotidiana de la época en un pueblo rural de la Plana de Vic. Asimismo, en las visitas guiadas y los talleres que se imparten en el yacimiento arqueológico del Campo de las Losas, los visitantes conocen facetas de la vida cotidiana en la época romana, a través de la interpretación de objetos, herramientas y materiales hallados en el yacimiento. Por ejemplo, el arado romano para labrar la tierra, la hoz y la guadaña para segar el trigo o el molino de mano rotatorio para moler los granos de cereal. La Cabaña de la Roca, en Taradell, es una cabaña de era construida con pared seca en el siglo XVIII para almacenar haces de espigas de cereales y resguardarlos de la lluvia. El austero edificio ha sido adaptado recientemente como centro de interpretación del Ecomuseo del Trigo.

Integrado en el patrimonio material del Ecomuseo del Trigo, existe un rico patrimonio inmaterial relacionado con la agricultura, la ganadería y la vida en el campo. Destacan las fiestas de los Tonis de Taradell, catalogadas como Fiesta Tradicional de Interés Nacional. Asimismo, en las sedes del Ecomuseo del Trigo se organizan visitas guiadas y talleres de divulgación de las tareas del ciclo del año agrícola: la siembra, la cosecha, la molienda y la elaboración de pan. Manualmente o con ayuda de fuerza animal, payeses y artesanos experimentados reproducen los procesos y las técnicas específicas de cada tarea, cultivan semillas recuperadas sin emplear productos fitosanitarios y practican el modelo agrícola anterior a la mecanización motorizada de mediados del siglo XX.

Seguidamente se presenta un mapa de situación de los elementos turísticos de la comarca que configuran este recurso turístico (Figura 53) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dicho recurso (Tabla 62).

FIGURA 53
Situación geográfica de los elementos turísticos del clúster



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--------------------------|-------------|
| 1 | Masía El Colomer | Taradell |
| 2 | Encinar de la Roca | Taradell |
| 3 | Museo del Pan | Tona |
| 4 | Molino de la Calvaria | Calldetenes |
| 5 | Casa Museo Verdaguer | Folgueroles |
| 6 | Campo de las Losas | Tona |
| 7 | Cabaña de la Roca | Taradell |
| | Ruta turística del trigo | |

Fuente: Elaboración propia con MiraMon®

TABLA 62
Agentes directamente relacionados con este clúster

| |
|---|
| Oficinas de turismo y centros de información turística de la comarca que promocionan el Ecomuseo del Trigo |
| Oficina de turismo de Vic |
| Centro de información del espacio natural Guillerries-Savassona (Folgueroles) |
| Punto de información de Seva |
| Agentes públicos |
| Ayuntamiento de Taradell |
| Ayuntamiento de Tona |
| Ayuntamiento de Calldetenes |
| Ayuntamiento de Folgueroles |
| Diputación de Barcelona |
| Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña |
| Asociaciones locales |
| Comisión de Fiestas de San Antonio Abad - «Tonis de Taradell» |
| Organizaciones empresariales |
| Asociación de Agroturismo de Osona |
| Instituciones de investigación |
| Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña |
| Inventario del Patrimonio Etnológico de Cataluña |

Fuente: elaboración propia

4.9. El caso de Ribeira Sacra

*Elena De Uña
Montserrat Villarino*

4.9.1. El territorio

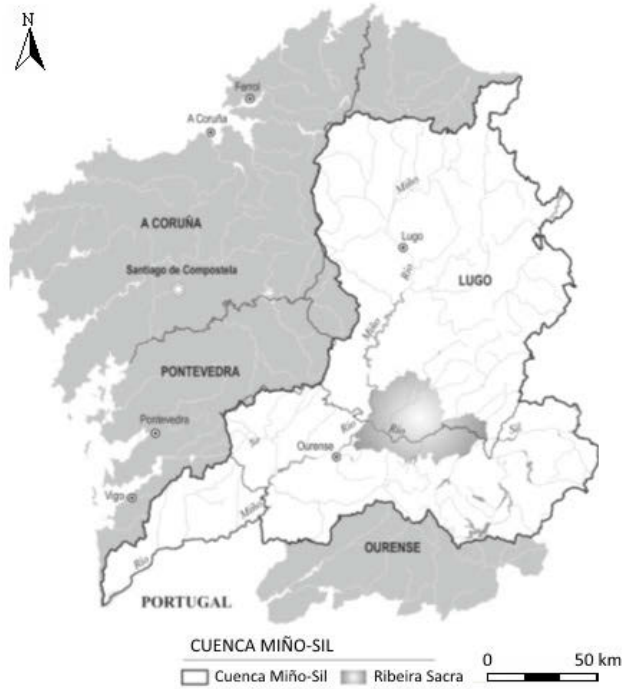
Este territorio comprende un sector del sistema fluvial Miño-Sil, en el interior de Galicia (Figuras 54 y 55). Ribeira Sacra representa una unidad espacial diferenciada en el tramo final del río Sil, que fluye en dirección este-oeste antes de confluir con el Miño. El río discurre encajado en un profundo cañón, aunque el nivel de las aguas y su apariencia están modificados por los embalses. El cañón, sus vertientes escarpadas, los caracteres micro-climáticos y la conservación de formaciones vegetales autóctonas justifican su valor como patrimonio natural. El cañón es un LIC Red Natura 2000, en la categoría «Humidais e Corredores Fluviais» (ES 1120014).

FIGURA 54
Mapa de situación de la Ribeira Sacra



Fuente: elaboración propia

FIGURA 55
El territorio de estudio en la cuenca hidrográfica Miño-Sil



Fuente: elaboración propia

En la actualidad, es una Zona Especial de Conservación (ZEC por Decreto 37/2014 que aprueba el Plan Director de la Red Natura 2000 de Galicia) que integra los municipios de Pantón y Sober (provincia de Lugo), Nogueira de Ramuín y Parada de Sil (provincia de Ourense). La zona, forma parte de varias comarcas gallegas (Terra de Lemos, Quiroga, Ourense, Terra de Caldelas, Terra de Trives), del *Xeodestino Ribeira Sacra* (Turgalicia, 2011) y del territorio del Consorcio de Turismo Ribeira Sacra. El área de estudio incluye nueve municipios, cuatro lucenses y cinco ourensanos: aquéllos en los que la imagen proyectada hacia el exterior se concreta en la figura del Cañón y donde se desarrolla un turismo de naturaleza (contemplativo, activo, experiencial) estrechamente relacionado con el turismo rural y cultural.

El protagonismo corresponde al agua. El engarce del cañón con los replanos topográficos en altura («bocarribeiras») configura una red de nodos panorámicos, con localización de miradores estratégicos. El horizonte del paisaje está delimitado por las estribaciones montañosas del Macizo Central ourensano y las sierras lucenses de Ancares-Courel. El microclima mediterráneo del valle, un fenómeno singular en Galicia, se refleja tanto en la vegetación como en los cultivos. Las

laderas de fuerte pendiente están trabajadas en bancales («socialcos») en las solanas, con cultivo de vid, mientras que en las umbrías crece bosque autóctono con encinas, rebollos o madroños. El paso hacia las áreas de montaña queda marcado por la aparición de los bosques de castaños («soutos»), especie introducida hace dos siglos, muy importantes para la economía familiar y hoy también referentes de valor del territorio. Un valor donde se imbrican atractivos y recursos de orden natural y cultural. De la intensa explotación hidroeléctrica, un rasgo histórico del sistema Miño-Sil, está presente en el tramo que nos ocupa uno de sus principales embalses, el de Santo Estevo de Ribas de Sil.

Con una extensión total de 880,9 km² la población suma 30.604 habitantes (Tabla 63). Al igual que la mayoría de la Galicia Oriental, Ribeira Sacra es una zona poco poblada. En una superficie que equivale a algo menos del 3% de la gallega vive un 1,1% de la población. El patrón de poblamiento es en pequeños núcleos, destacando Monforte de Lemos (Lugo) con 16.500 habitantes (IGE, 2015), que con el 62,74% de la población de este territorio actúa como capital comarcal, con los servicios correspondientes a dicho nivel jerárquico, como el hospital comarcal. Castro Caldelas (Ourense) es el núcleo de mayor población en la ribera sur, con 654 habitantes (IGE, 2015). El resto de los núcleos no alcanzan los 600 habitantes, y la mayoría está por debajo de los 100.

TABLA 63
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|---------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Ribeira Sacra | 880,90 | 30.604 | 34,74 | 9 |
| % de Galicia | 2,97 % | 1,11 % | - | 2,86 % |

Fuente: IGE (2016) Padrón Municipal de Habitantes y elaboración propia

La estructura demográfica muestra un acusado envejecimiento (Tablas 64 y 65) con un porcentaje de jóvenes inferior al 10%. En el contexto gallego se observa que el envejecimiento está por encima de la media. Y la dimensión territorial de esta situación es aún más grave porque en un hábitat disperso como éste, el proceso de despoblamiento tiene como consecuencia inmediata el abandono de los pequeños asentamientos de población. La situación deriva de una tendencia al descenso en la evolución demográfica.

TABLA 64
Estructura por edades (2014)

| | < 16 años | 16-64 años | > 64 años |
|---------------|-----------|------------|-----------|
| Ribeira Sacra | 2.737 | 17.382 | 10.185 |
| % de Galicia | 0,78% | 0,99% | 1,57% |

Fuente: IGE (2016) Padrón Municipal de Habitantes y elaboración propia

TABLA 65
Estructura por edades (en %) (2014)

| | < 16 años | 16-64 años | > 64 años |
|---------------|-----------|------------|-----------|
| Ribeira Sacra | 8,94 | 56,79 | 33,27 |
| Galicia | 12,64 | 63,77 | 23,57 |

Fuente: IGE (2016) Padrón Municipal de Habitantes y elaboración propia

En las últimas tres décadas el descenso de población ha sido constante (Tabla 66), pasando de 45.841 habitantes en 1986 a 30.604 habitantes en 2014, lo que supone un 33% de descenso. La pérdida de peso demográfico se observa también respecto a Galicia ya que pasa de representar un 1,61% del total al principio del período a un 1,11% al final, a pesar de que Galicia en conjunto disminuyó su población de 2.844.472 habitantes (1986) a 2.748.695 habitantes (2014) con un detrimento del 3,36%. El desdoblamiento se debe a que esta zona, como gran parte de Galicia o muchas áreas rurales periféricas de España, ha experimentado un continuo proceso de abandono fruto del éxodo rural y de la emigración internacional, que se agudizó desde mediados del siglo XX. Las condiciones ambientales dificultaban la explotación agraria, el déficit en las comunicaciones y en los sistemas de transporte hacían de Ribeira Sacra un área muy periférica, muy alejada de los centros más activos; la falta de expectativas empujó a la población hacia la emigración.

TABLA 66
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1986 | 1991 | 1996 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ribeira Sacra | 45.841 | 37.965 | 35.321 | 34.949 | 33.416 | 32.165 | 30.604 |
| % de Galicia | 1,61% | 1,38% | 1,28% | 1,27% | 1,21% | 1,15% | 1,11% |

Fuente: IGE (2016) Padrón Municipal de Habitantes y elaboración propia

El parque de viviendas refleja estas circunstancias (Tabla 67). En una década aumentaron las viviendas vacías casi un 90% (la cantidad es más de un tercio de las principales). La contrapartida es el gran aumento de viviendas secundarias; responde a que el territorio está adquiriendo un gran valor respecto a la calidad de vida, siendo atractivo para la residencia secundaria no solo por la población que tiene lazos familiares con el lugar sino también por la que busca la armonía, belleza o valor patrimonial. Hay que añadir a las personas que han invertido en una de las actividades que ha adquirido importancia en estas últimas décadas: la viticultura, lo que les ha llevado a comprar viviendas y rehabilitarlas.

TABLA 67
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 13.221 | 13.185 | -0,27% |
| Secundarias | 3.759 | 6.405 | 70,39% |
| Vacías/Otras | 2.910 | 5.515 | 89,51% |
| Total | 20.375 | 24.745 | 21,44% |

Fuente: INE Censos de Población y Viviendas (2001, 2011) y elaboración propia

La estructura laboral de la población refleja la importancia de la ocupación en el sector servicios (Tabla 68). Fundamentalmente se debe a la ocupación en educación, sanidad y administración pública; la generación de puestos de trabajo a partir del proceso descentralizador de servicios, desde la creación de las CCAA, motivó que todas las capitales municipales se dotaran con centros de enseñanza y sanitarios, además de algunos servicios sociales, a los que se unen los de la administración local. En los núcleos de mayor relevancia, estas dotaciones tienen mayor rango (hospital, instituto, centros de día...) y por lo tanto un empleo superior. En el caso de Monforte destaca su función como nodo ferroviario, aunque a día de hoy haya perdido parte de la importancia que tuvo en el pasado.

TABLA 68
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Ribeira Sacra | 535 | 916 | 734 | 6.429 |
| % de Galicia | 0,88% | 0,74% | 1,10% | 0,99% |
| Paro registrado | | | | |
| Ribeira Sacra | 113 | 259 | 391 | 1.404 |
| % de Galicia | 1,27% | 0,73% | 1,09% | 0,90% |

Fuente: IGE (2016) y elaboración propia

La industria es el segundo sector de actividad en importancia, pero muy alejado del anterior en lo que a ocupación se refiere. Por una parte cabe hablar de la industria del calzado en Monforte, muy reducida actualmente, y de las múltiples bodegas que han proliferado en estos últimos años con la promoción del cultivo del viñedo. Valores similares en ocupación tiene el sector de la construcción, que ha visto reducir su importancia en estos últimos años y la agricultura, teniendo en cuenta que esta actividad responde tanto al desarrollo de la viticultura como a la

permanencia de una ocupación residual. La población parada mantiene la misma distribución que la población ocupada, con una mayoría de parados en el sector servicios. El PIB per cápita en 2012 fue de 15.386 euros, mientras que su renta familiar bruta disponible (RFBD) per cápita en el 2009 fue de 12.961 euros (IGE, 2016)²².

En los años 90 el conjunto de Ribeira Sacra, un espacio rural periférico sujeto a un intenso proceso de despoblamiento, comienza a potenciarse turísticamente, con nueve oficinas de turismo. La atracción de este territorio como destino turístico se apoyó en unos valores muy claros y bien definidos: Naturaleza (cañón del Sil, bosques), Histórico-Artístico (pasado monástico) y Vino-Viñedos (paisaje cultural) (Cánoves et al., 2014). El primer paso fue la promoción específica en las ferias de turismo; en 1996 aparece por primera vez en la Guía de Turismo Rural de Galicia. Por otra parte, al igual que en el resto de Galicia, se incentivó la puesta en marcha de establecimientos de turismo rural con subvenciones a partir de distintos fondos (LEADER, PRODER, AGADER, Xunta de Galicia). De este modo se constituyó una oferta de alojamiento de turismo rural (Tabla 69) que en 1995 era inexistente y que en 2013 tenía 17 establecimientos en los nueve municipios del área de estudio.

TABLA 69
Oferta de alojamientos turísticos

| Años | Nº de establecimientos | | | Nº de plazas | | |
|-------------------------------|------------------------|-----------|-----------|--------------|-------|-----------|
| | 2005 | 2013 | 2005-2013 | 2005 | 2013 | 2005-2013 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 13 | 35 | 169,23% | 561 | 1.192 | 112,47% |
| % de Galicia | 1,91% | 1,62% (*) | ----- | 1,25% | 1,46% | ----- |
| Turismo rural | 13 | 17 | 30,7% | 173 | 264 | 52,60% |
| % de Galicia | 2,74% | 2,83% | ----- | 3,13% | 3,60% | ----- |
| Campamentos de turismo | 1 | 0 | -100% | 138 | 0 | -100% |
| % de Galicia | 0,9% | 0 | ----- | 4,0% | 0 | ----- |

(*) Para 2005 las estadísticas oficiales no recogen datos de Pensiones.

Fuente: IGE varios años y elaboración propia

Una de las acciones que más contribuyó a difundir Ribeira Sacra, y sobre todo el cañón del Sil, en relación con el turismo, fue la puesta en marcha de las rutas en catamarán. Además, la aprobación de la denominación de origen del vino de Ribeira Sacra (1995) impulsó el desarrollo de la actividad turística en este destino.

22. El cálculo del PIB per cápita y de la RFBD per cápita se ha realizado a partir de los PIB per cápita y RFBD per cápita de cada uno de los municipios de este territorio y de sus respectivas poblaciones en dichos años.

El turismo enológico es uno de los puntos fuertes de la oferta (visita a las bodegas y viñedos) incardinado transversalmente en otras actividades como diversos itinerarios. Entre la oferta de alojamientos, la empresa Paradores tiene una especial incidencia ya que dos de sus establecimientos, ambos de cuatro estrellas, están ubicados aquí en edificios de gran valor histórico-artístico: el Parador de Santo Estevo en el municipio de Nogueira de Ramuín, sobre el cañón del Sil, en el antiguo monasterio de San Estevo de Ribas de Sil; y el Parador de Monforte de Lemos, en el municipio del mismo nombre, ubicado en el Monasterio de San Vicente do Pino.

No solo la existencia de los dos paradores supone una difusión importante de este destino turístico; igual ocurre con otro establecimiento de cuatro estrellas en el municipio de Pantón, el Hotel Balneario Aguas Santas con un campo de golf. Este es uno de los motivos por los cuales, en relación a Galicia, es importante la proporción del número de establecimientos pero sobre todo del número de plazas. Además de los hoteles mencionados, Monforte cuenta con diversos establecimientos que representan un número elevado de plazas, y entre los catalogados de turismo rural, varios son casas grandes o rectorales que normalmente ofertan en torno a 20 plazas o más. En el período 2006-2009 se desarrolló el Plan de Dinamización Turística de Ribeira Sacra, sobre un territorio que abarcaba 22 municipios. Con este plan se refuerza el destino, se llevan a cabo actuaciones de puesta en valor de los elementos arquitectónicos y naturales. Y en el año 2011 la Xunta de Galicia establece como marco de intervención y planificación los *Xeodestinos Turísticos*, uno de los cuales es el de Ribeira Sacra.

El desarrollo turístico se apoya preferentemente en el valor de un espacio natural singular y su patrimonio cultural asociado, y que los motivos principales del desplazamiento son la búsqueda del contacto con la naturaleza y el relax por medio de actividades de senderismo, rutas en catamarán y de conocimiento del patrimonio cultural que se complementan con las visitas a las bodegas (Carballo et al, 2013). Ello está en plena concordancia con las tendencias recomendadas en el momento actual: porque los espacios naturales de reconocido valor son un factor de atracción cada vez más importante y porque precisan tanto recursos como actuaciones adecuadas para ser conservados convenientemente sin que ello suponga una merma en su disfrute. El Plan Integral de Turismo Rural 2014 señala que el segmento Rural-Naturaleza es uno de los principales en la demanda de los mercados emisores internacionales. Una de las actuaciones prioritarias es la consolidación del producto turismo de naturaleza, basado en una selección de los espacios protegidos, como es el caso del Cañón del Sil.

En la misma línea, el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020 (Real Decreto 416/2014, de 6 de junio) indica que geodiversidad y biodiversidad son uno de los principales factores de motivación del viaje; en la UE una quinta parte de los visitantes buscan lugares de la Red Natura 2000 a la hora de seleccionar un destino turístico. En consecuencia, uno de los objetivos de este Plan es impulsar y promocionar productos turísticos que se desarrollen en lugares de la Red Natura 2000 como es el caso del Cañón del Sil.

4.9.2. El turismo de naturaleza

En sentido amplio, el turismo de naturaleza se define como «la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad, y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen el medio natural de forma específica» incluyendo la observación y apreciación de las culturas tradicionales (OMT, 2002). Es habitual considerar estas actividades una práctica de turismo alternativo al de sol-playa, en áreas protegidas, naturales o rurales; una opción con mayor capacidad para preservar los recursos en buen estado y promover el desarrollo socio-económico con la participación activa de las comunidades locales (Sancho y Vera, 2008; Williams, 2009; Vera et al., 2011; Newsome et al., 2012).

La relación del turismo de naturaleza con las áreas protegidas es evidente, ya que éstas mantienen la base del capital natural en el territorio. Su existencia es una oportunidad para realizar prácticas turísticas sostenibles, basadas en un conjunto de atractivos (espacios de salud física y espiritual, rescate del conocimiento ecológico local, ocio y esparcimiento, legado patrimonial) con posibilidades de generación de empleo (Andrés, 2007; European Commission, 2011; Europarc-España, 2015). Los principales referentes en Galicia (atesora más del 12% del territorio protegido) como destino del turismo de naturaleza son el agua, los bosques y su patrimonio cultural asociado; las líneas estratégicas hacia 2020 contemplan el fortalecimiento del turismo termal, la promoción de la oferta en los corredores fluviales, el apoyo a las iniciativas de turismo deportivo y el incremento de las relaciones entre turismo de naturaleza-turismo rural-turismo cultural dentro del impulso de destinos con marca diferencial innovadora competitiva, multi-experiencial y económicamente sostenible (Turgalicia, 2014). El territorio de Ribeira Sacra, integrado por una Zona de Especial Conservación y su entorno, es significativo en este contexto.

La opción del turismo de naturaleza está presente cada vez más en los procesos de transformación e innovación de los espacios de interior. Encontramos para definir sus modalidades diversas etiquetas cuyo nexo reside en la presencia de la naturaleza como foco de interés o como escenario del turismo (Wearing y Neil, 2000; Boullon, 2000; Muñoz, 2008; Dowling y Newsome, 2010; Fredman y Tyrväinen, 2011): ecoturismo, geoturismo, turismo deportivo, turismo de aventura... con fines lúdicos, científicos o educativos (Buckley, 2000; Terap, 2011). La Ribeira Sacra mantiene el eje de atracción en el corredor fluvial del Sil (Figura 56) y su entorno con la promoción de elementos turísticos que reflejan la belleza escénica (miradores), la singularidad de la dinámica natural (cañones, meandros, cascadas) y el grado de diversificación funcional del territorio (baños, paseos en catamarán, observación ornitológica, senderismo, educación ambiental, actividades deportivas y de aventura).

FIGURA 56
El Cañón del Sil y Poblamiento Ribeira Sacra



Fuente: De Uña-Álvarez, 2015

La organización espacial de los elementos determina el carácter itinerante de la mayoría de la oferta turística, desglosada en gran número de rutas con un patrón circular o lineal respecto al cañón del Sil con posibilidades de transitarlo en barco, coche, bicicleta o a pie. Conviven las propuestas de actividades terrestres y acuáticas en la naturaleza con intención contemplativa, recreativa, deportiva o de aventura (que requieren mayor esfuerzo y conllevan mayor riesgo).

Las intervenciones de los agentes locales implicados en la tutela y la gestión del territorio (Diputaciones, Grupos de Desarrollo Rural, Consorcio de Turismo, Asociaciones) están orientadas a un refuerzo de las señas de identidad y un impulso de las estrategias de desarrollo en un espacio tradicionalmente rural. La toma de conciencia sobre la potencialidad de las sinergias entre el turismo rural, primera orientación en Ribeira Sacra, y el turismo de naturaleza surge también al amparo de las oportunidades generadas por agentes públicos supra-locales (Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente). Pero a pesar de la creciente movilización colectiva en pro de la consideración de una declaración de valor universal desde una perspectiva integrada del patrimonio territorial (Ribeira Sacra Patrimonio de la Humanidad) y del enlace con un Itinerario Cultural Europeo (Camino de Invierno), el estado de las organizaciones empresariales que actúan en el territorio es el de una red incipiente.

La oferta y la demanda del turismo de naturaleza que vamos a analizar no pueden disociarse de las condiciones de los recursos, equipamientos o servicios del turismo rural, enológico, de salud, religioso (Figura 57) o cultural. Esta circunstancia es común en la mayoría de los espacios de interior y la configuración de un producto dado revela enfoques más o menos estandarizados en la dimensión turística (Deng et al., 2002; Grande, 2006; Díez, 2012; Rodríguez y Rodríguez, 2012).

FIGURA 57
Cabecera de la iglesia del Monasterio de las Bernardas, en Pantón

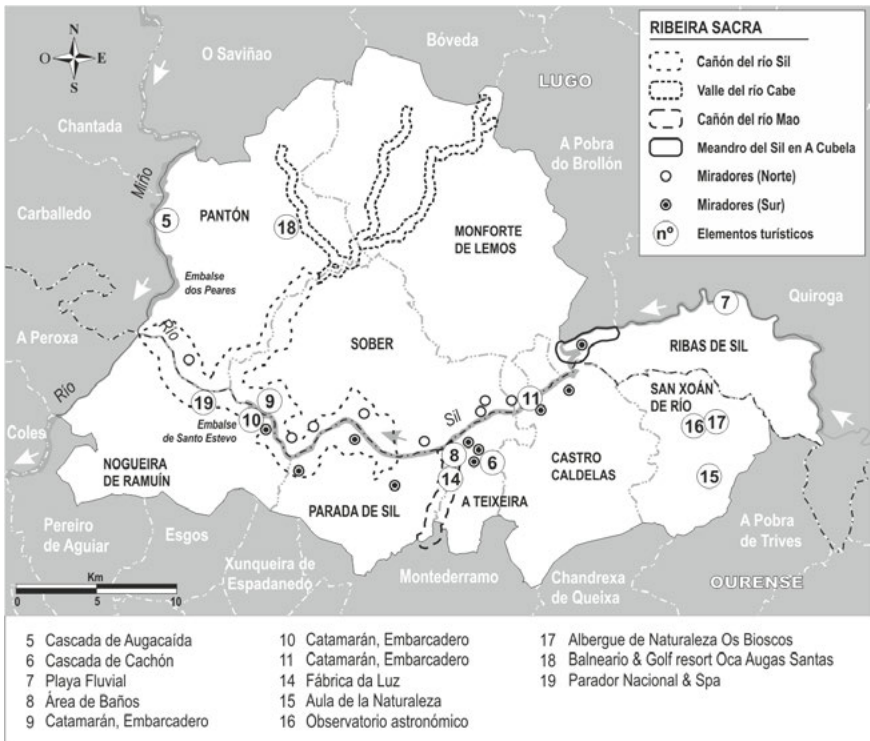


Fuente: De Uña-Álvarez, 2015

En el territorio de estudio el nodo del clúster turístico es el elemento fluvial que ha tenido un papel de primer orden en la evolución histórica del sistema agrario, económico y social. El resultado es un paisaje cultural donde la malla de recursos heredados y actuales es el marco de múltiples actividades turísticas. Las modalidades de turismo vinculadas a los ríos, bosques, embalses o balnearios, y relacionadas con elementos derivados de la interacción secular naturaleza-sociedad (monasterios, explotación de la vid, molinos, explotaciones hidroeléctricas...) surgen en diferentes escenarios a lo largo del tiempo, mostrando las respuestas dinámicas de un sistema adaptativo complejo (CATS).

Seguidamente se presenta un mapa de situación de los elementos turísticos de la comarca que configuran este recurso turístico (Figura 58) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dicho recurso (Tabla 70).

FIGURA 58
Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca



Características de los territorios objeto de estudio

| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--|--|
| 1 | Cañón del río Sil | Nogueira de Ramuín, Pantón, Parada de Sil, Sober |
| 2 | Valle del río Cabe | Monforte de Lemos, Pantón, Sober |
| 3 | Cañón del río Mao | Castro Caldelas, A Teixeira |
| 4 | Meandro del río Sil en A Cubela | Castro de Abaixo, Ribas de Sil |
| 5 | Cascada de Augacaída | Marce, Pantón |
| 6 | Cascada de Cachón | Vaos, A Teixeira |
| 7 | Playa Fluvial | San Clodio, Ribas de Sil |
| 8 | Área de Baños | Barxacova, A Teixeira |
| 9 | Catamarán, Embarcadero | Chancís, Sober |
| 10 | Catamarán, Embarcadero | Santo Estevo, Nogueira de Ramuín |
| 11 | Catamarán, Embarcadero | Doade, Sober |
| 12 | Miradores (Norte) | Pena Pombeira (Pantón). Cividade/Bolmente, Cotarro I, Cotarro II, Santiorxo, Os Chelos, Soutochao, Pena do Castelo (Sober). Duque (Monforte). |
| 13 | Miradores (Sur) | Pena Tallada/Cubela (Ribas de Sil). Pena do Xábrego (Vilarellos) y Matacás (Paradela) en Castro Caldelas. Xirás, Cristosende, Pena do Sol (A Teixeira). Triguás, Torgás (Balcones), Cabezoás/Picotiño, Pé do Home (Parada de Sil). |
| 14 | Fábrica da Luz | Barxacova, A Teixeira |
| 15 | Aula de la Naturaleza | San Xoan de Río |
| 16 | Observatorio astronómico | Mouruás, San Xoan de Río |
| 17 | Albergue de Naturaleza Os Bioscos | Mouruás, San Xoan de Río |
| 18 | Balneario & Golf resort Oca Augas Santas | Os Baños, Pantón |
| 19 | Parador Nacional & Spa | Santo Estevo, Nogueira de Ramuín |
| 1 | Itinerario circular Cañón del Sil (Consorcio Turismo RS) | Os Peares - Os Peares (todos los municipios) |
| 2 | Camino Natural Ribeira Sacra (Magrama, Sector noroeste) | Itinerario 1 Parada de Sil - Santa Cristina Itinerario 2 Luintra - Santo Estevo Itinerario 5 Cachón - Nogueira |
| 3 | Sendero homologado PRG 86 | San Miguel de Rosende - Os Chancís |
| 4 | Sendero homologado PRG 98 | Circular Parada de Sil - Parada de Sil |
| 5 | Ruta de los Embalses (Turgalicia) | Os Peares - A Teixeira (catamarán, coche) |
| | Ruta de la Ribeira del Sil occidental (Turgalicia) | De Ourense a Santo Estevo (lineal) |
| 6 | Ruta de la Ribeira del Sil oriental (Turgalicia) | De Castro Caldelas a Monforte de Lemos (lineal) |
| 7 | Ruta ornitológica Cañón del Sil (Turgalicia) | De Castro Caldelas a Sober (coche, bici) |
| 8 | Ruta de los Miradores (Turgalicia) | Todos los municipios |
| 9 | Ruta del río Cabe (Ayuntamientos) | Circular entre Pantón y Monforte de Lemos |
| 10 | Ruta del Cañón del río Mao | De Canceliñas a Barxacova |
| 11 | Ruta de A Cubela | De Torbeo a A Cubela (Ribas do Sil) |
| 12 | Ruta del Cañón del río Cabe | De Ferreira a Curuxeira (augas férreas, Pantón) |
| 13 | Ruta de la Cascada | De Marce a Augacaída (Pantón) |
| 14 | Ruta de la Pombeira | De San Cosmede a Pena Pombeira (Pantón) |
| 15 | Ruta de los Molinos | Arroyo de Xábrega (Sober) |
| 16 | Ruta verde Aba Sacra | Circular Doade - Doade, Sober (tren) |
| 17 | Ruta del Oro | De Peites a Piñeira (Ribas do Sil) |
| 18 | Ruta de Castiñeiros y Carrozas | Circular Entrambosríos (Parada de Sil) |
| 19 | Camino de Invierno (Camino de Santiago Sur) | Etapa 2 Monforte, Pantón, Ribas de Sil, Sober |

TABLA 70
Agentes directamente relacionados con este recurso turístico

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|---|
| <p>Oficina municipal de Turismo de A Teixeira</p> <p>Punto de información Turística de Castro Caldelas</p> <p>Oficina municipal de Turismo de Monforte de Lemos</p> <p>Punto de información Turística de Nogueira de Ramuín</p> <p>Oficina municipal de Turismo de Pantón</p> <p>Oficina municipal de Turismo de Parada de Sil</p> <p>Oficina municipal de Turismo de Ribas de Sil</p> <p>Oficina municipal de Turismo de Sober</p> <p>Centro Os Bioscos (Senreiro, San Xoán de Río)</p> | <p>Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente</p> <p>Xunta de Galicia (TURGALICIA)</p> <p>Diputación de Lugo (INLUDES)</p> <p>Diputación de Ourense (INORDE)</p> <p>Ayuntamiento de A Teixeira</p> <p>Ayuntamiento de Castro Caldelas</p> <p>Ayuntamiento de Monforte de Lemos</p> <p>Ayuntamiento de Nogueira de Ramuín</p> <p>Ayuntamiento de Pantón</p> <p>Ayuntamiento de Parada de Sil</p> <p>Ayuntamiento de Ribas de Sil</p> <p>Ayuntamiento de San Xoan de Río</p> <p>Ayuntamiento de Sober</p> |
| Asociaciones locales | Instituciones de investigación |
| <p>Consorcio de Turismo Ribeira Sacra</p> <p>GDR 8 Grupo de Desenvolvemento Rural Ribeira Sacra (Monforte, Pantón, Sober, Ribas de Sil)</p> <p>GDR 10 Asociación para o Desenvolvemento Rural comarcal de Ourense (Nogueira de R)</p> <p>GDR 11 Asociación para o Desenvolvemento Rural Sil-Bibei-Navea (Castro Caldelas, Parada de Sil, San Xoán de Río, A Teixeira)</p> <p>Ribeira Sacra Patrimonio de la Humanidad</p> <p>Club de Montaña RS (FGM) Parada de Sil</p> <p>Escuela de piragüismo Club Quixós, Monforte</p> <p>Asociación de Camiños de Santiago pola RS</p> <p>Club Autoclásico Ribeira Sacra ML</p> <p>Asociación Canón do Sil, Parada de Sil</p> <p>Asociación Cultural Ouro do Sil, Parada de Sil</p> | <p>Universidade de Vigo</p> |

4.10. El caso del Ripollès

Asunción Blanco-Romero

4.10.1. El territorio

El Ripollès es una comarca de la provincia de Girona situada en la vertiente sur de los Pirineos Orientales. Limita al norte con las comarcas francesas de la Cerdanya, el Conflent y el Vallespir; al este con la Garrotxa; al oeste con la Cerdanya y el Berguedà; y al sur con Osona (Figura 59). En el norte de su territorio muestra una serie de macizos y sierras del Pirineo axial, con cimas destacadas como la Creu de Maians (2.020 m), el Puigmal (2.909,8 m), el Pic de Finestrelles (2.827 m), el Pic d'Eina (2.789 m), el Pic de Noufonts (2.861 m), el Pic de l'Infern (2.869 m), el Pic de Bastiments (2.881 m), el Pic de la Dona (2.702 m) y Costabona (2.465 m), todas ellas en la frontera con Francia. Más hacia el sur también presenta otras líneas de montañas paralelas a las anteriores. Todo ello comporta que la comarca sea muy montañosa, con valles largos y profundos y sin llanuras apreciables. (Sacasa, 2009).

FIGURA 59
Mapa de situación del Ripollès



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

Hidrográficamente comprende las cabeceras del río Ter y su afluente el Freser, formando los valles de Camprodón y Ribes, respectivamente. El caudal de estos

rios es importante en relación con la superficie de sus cuencas, ya que se trata de una comarca muy lluviosa y con gran diversidad de climas, desde el mediterráneo de media montaña al de alta montaña, siendo mayor la influencia marítima en el este de la comarca. Las precipitaciones son abundantes durante todo el año, especialmente en la parte oriental y en el norte, a partir de los mil metros de altitud. La estación más lluviosa es el verano y la más seca el invierno, siendo las precipitaciones de nieve frecuentes y abundantes en esta época del año. Esta variedad de climas y relieves le confiere una gran diversidad de paisajes vegetales, desde robledales, hayedos y pinedas de pino rojo y pino negro hasta prados naturales de alta montaña. (Monsalvatje, 1987; Sacasa, 2009).

La comarca ocupa una superficie de 956,6 km² y su población era de 25.700 habitantes en el año 2014, lo que representa una densidad de 26,87 hab./km² (Tabla 71). Su peso demográfico respecto al conjunto de Catalunya es muy bajo, ya que solamente representa el 0,34% de la población catalana. En la actualidad está dividida administrativamente en 19 municipios, siendo su capital Ripoll, con 10.751 habitantes. Otras poblaciones con más de dos mil habitantes son Sant Joan de les Abadesses (3.413 hab.), Campdevànol (3.395 hab.) y Camprodon (2.359 hab.) (IDESCAT, 2016).

TABLA 71
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Ripollès | 956,60 | 25.700 | 26,87 | 19 |
| % de Catalunya | 2,98% | 0,34% | - | 2,00% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

En cuanto a su estructura demográfica, a partir de los resultados presentados en la Tabla 72 se puede observar cómo el 12,72% de la población tiene menos de quince años, mientras que el 63,04% se encuentra entre los quince y sesenta y cinco años y el 24,25% restante supera los sesenta y cinco años; lo que configura una estructura madura. Si se comparan estos resultados con el conjunto de Catalunya, el 0,27% de la población catalana menor de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 0,32% de la población entre quince y sesenta y cinco años y el 0,46% de los mayores de sesenta y cinco años.

TABLA 72
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------|-----------|------------|-----------|
| Ripollès | 3.258 | 16.201 | 6.213 |
| % de Catalunya | 0,27% | 0,32% | 0,46% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

La evolución demográfica de la comarca en estas últimas décadas ha sido decreciente, pasando de 29.196 habitantes en 1985 a 25.700 en 2014 (Tabla 73), lo que representa una reducción del 11,97%, siendo esta disminución más acentuada en los pueblos de montaña, que se han ido despoblando progresivamente a lo largo de estos años. En la tabla también se observa que la aportación porcentual de la comarca al conjunto de la población de Catalunya es muy baja, ya que ha pasado del 0,48% en 1985 al 0,42% en 2014, llegando hasta un mínimo del 0,35% en 2010.

TABLA 73
Evolución demográfica (1985-2014)

| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ripollès | 29.196 | 28.069 | 26.937 | 26.121 | 26.400 | 26.580 | 25.700 |
| % de Catalunya | 0,48% | 0,46% | 0,43% | 0,42% | 0,38% | 0,35% | 0,42% |

Fuente: IDESCAT (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes

El Ripollès ha sido una comarca con una destacada actividad minera e industrial desde hace siglos, destacando la producción y trabajo del hierro, especialmente la fabricación de armas y llaves. Con la Revolución Industrial y la aplicación de nuevas tecnologías estas actividades artesanales fueron desapareciendo paulatinamente hasta extinguirse completamente a finales del siglo XIX. Ello provocó que algunas de estas antiguas instalaciones se reconvirtiesen para desarrollar otras actividades, primero como fábricas textiles, metalúrgicas y pequeñas centrales hidroeléctricas y, luego, turísticas (museos, centros de interpretación). Otras muchas, sin embargo, han quedado abandonadas y con el paso del tiempo se han destruido.

Todo ello ha comportado que en las últimas décadas el sector industrial haya perdido peso en la comarca frente a los servicios (Catalunya Caixa, 2014). Así, el 64,14% de los afiliados a la Seguridad Social residentes en la comarca en el 2014 trabajaban en los servicios, frente al 25,80% que lo hacía en el sector industrial (IDESCAT, 2016). El máximo paro registrado en 2014 respecto al global de Catalunya fue en el sector industrial (con el 0,42%), mientras que la tasa de paro fue solamente del 12,85%, lo que representa una reducción de 1,12 puntos respecto al año anterior (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2016). (Tabla 74). Además, según datos del mismo IDESCAT (2016), su PIB per cápita en el año 2010 fue de 27.900 €/hab., el 100,80% del índice de Catalunya y la Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita (base 2008) fue de 18.200 €/hab. (el 107,60% del índice 100 de Catalunya). Por su parte, el PIB turístico tuvo un crecimiento acumulado del 10,19% durante el período 2005-2010, con una aportación directa de este PIB turístico al PIB global de la comarca del 13,07%. (GRIT, 2011).

TABLA 74
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Ripollès | 370 | 2.712 | 687 | 6.742 |
| % de Catalunya | 0,77% | 0,63% | 0,43% | 0,30% |
| Paro registrado | | | | |
| Ripollès | 36 | 352 | 185 | 902 |
| % de Catalunya | 0,28% | 0,42% | 0,24% | 0,23% |

Fuente: IDESCAT, 2016

Esta reducción demográfica ha ido acompañada de un crecimiento del número de viviendas, ya que éstas han aumentado globalmente un 20,19%, pasando de 16.591 en el 2001 a 19.940 en el 2011 (Tabla 75). Este fenómeno se ha producido en todas las tipologías, destacando especialmente el caso de las viviendas secundarias, que han crecido el 34,89% en este periodo (IDESCAT, 2016).

TABLA 75
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|-----------------------|
| Principales | 9.837 | 10.900 | 10,81% |
| Secundarias | 4.196 | 5.660 | 34,89% |
| Vacías/Otras | 2.558 | 3.380 | 31,13% |
| Total | 16.591 | 19.940 | 20,19% |

Fuente: IDESCAT (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

A nivel turístico, la comarca forma parte de la marca «Pirineus» y su oferta de hoteles, establecimientos de turismo rural y campings ha aumentado en los últimos años (Tabla 76). Así, entre los años 2005 y 2014 ha crecido alrededor del 80% el número de establecimientos y de plazas de turismo rural. Sin embargo, los alojamientos hoteleros sólo han pasado de 57 a 60 y sus plazas se han incrementado un 17,68%. En cuanto a los campings, en este periodo se ha pasado de 12 a 14, aumentando sus plazas un 40,70%. Respecto al conjunto de establecimientos turísticos de Catalunya, el peso más relevante en todo este periodo se encuentra en el turismo rural, con alrededor del 5% de establecimientos y plazas. (IDESCAT, 2016). Se trata de hoteles familiares de pequeña capacidad, ya que solamente representan el 0,73% de la capacidad hotelera de toda Catalunya, mientras que por número son el 2,08%. Además, en la comarca también se dispone de ocho casas de colonias (con un total de 306 plazas), cuatro albergues juveniles (con 735

plazas), un campamento juvenil (80 plazas) y once refugios (302 plazas) (López Palomeque, 2009).

TABLA 76
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 57 | 60 | +5,26% | 1.878 | 2.210 | +17,68% |
| % de Catalunya | 2,20% | 2,08% | - | 0,74% | 0,73% | - |
| Turismo rural | 77 | 137 | +77,92% | 570 | 1.000 | +75,44% |
| % de Catalunya | 5,28% | 5,95% | - | 5,01% | 5,52% | - |
| Campings | 12 | 14 | +16,67% | 3.418 | 4.809 | +40,70% |
| % de Catalunya | 3,48% | 4,01% | - | 1,45% | 1,78% | - |

Fuente: IDESCAT, 2016

El Ripollès tiene multitud de pequeños pueblos diseminados por sus valles. De esta forma, el encanto de estos enclaves de montaña, unido a los múltiples recursos naturales y patrimoniales de la comarca, ha permitido el desarrollo de gran variedad de actividades turísticas a lo largo de todo el año. Así, lugares como Vallter 2000 o el Valle de Núria (al que se puede acceder a pie o mediante el tren cremallera desde Ribes de Freser) disponen de adecuadas instalaciones para practicar el esquí en invierno y realizar excursiones de montaña en las restantes estaciones del año y, en el aspecto religioso, Núria es un centro de peregrinaje con una larga historia. Pero no solamente pueden realizarse actividades religiosas, culturales, turísticas, deportivas o de ocio en estos valles, sino que diversos lugares de la comarca están acondicionados para efectuar recorridos con raquetas de nieve, tiro con arco, paseos a caballo, cicloturismo, BTT, rutas 4x4 o senderismo, por ejemplo.

La comarca ostenta un patrimonio románico de primer orden, presentando una de las mayores concentraciones de este arte en Europa, con más de 98 monumentos repartidos por sus municipios. En este ámbito destacan especialmente los monasterios de Ripoll, Sant Joan de les Abadesses y Camprodon. Así, por ejemplo, el Monasterio de Santa María de Ripoll, con su imponente portada y su campanario, es el escenario perfecto para adentrarse en los orígenes de los condados catalanes, ya que fue fundado por Wifredo el Velloso, un personaje a través del cual se puede seguir la formación nacional de Catalunya (Monsalvatje, 1987). Pero el Ripollès no es sólo arte románico, sino también tierra de leyendas y tradiciones arraigadas en la historia de la comarca, que pueden conocerse a través de sus diversos museos (Museo Etnográfico de Ripoll, La Farga Palau, Palacio de la Abadía y Monasterio de Sant Joan de les Abadesses, Ecomuseo Molí Petit, Museo Isaac Albéniz, Pinacoteca Coll Bardolet, Scriptorium de Ripoll, Museo del Conde Arnau, Museo del Pastor).

La oferta cultural y de ocio de la comarca también incluye diversos festivales de música que se celebran anualmente en sus poblaciones (Ripoll, Camprodon,

Toses, Sant Joan de les Abadesses), rutas gastronómicas, rutas histórico-turísticas, el Parque de Animales del Valle de Camprodón²³, la Ruta del Hierro y del Carbón²⁴ o los paseos por el antiguo trazado del ferrocarril de Renfe entre Sant Joan de les Abadesses y Ripoll, que se mantuvo en activo hasta el año de su centenario, en 1980.

Todo este amplio patrimonio natural y cultural hace que sea una comarca ideal para el turismo rural y de la naturaleza, y más recientemente para la práctica del turismo activo de deportes de aventura (descenso de barrancos, escalada, alpinismo, espeleología, «puenting», cascadas de hielo, etc.), con una amplia oferta complementaria de empresas especializadas que ofrecen dichos servicios. Así, en estos últimos años se está conformado un producto turístico en la comarca alrededor de estas nuevas actividades turístico-deportivas.

4.10.2. El turismo de deportes de aventura en la comarca

El turismo de deportes de aventura es un tipo de turismo que implica realizar una actividad deportiva en contacto directo con la naturaleza con un riesgo controlado, que permite experimentar sensaciones a los participantes. Para su realización se requieren destrezas especiales y una cierta preparación física y psicológica; además de saber utilizar un equipo apropiado y conocer cómo hacer un rescate en caso de necesidad. Otro aspecto crucial es saber orientarse y moverse en un terreno desconocido. Sus practicantes disfrutan con la motivación de superar los obstáculos que se presenten hasta llegar a la meta, el trabajo en equipo y el conocimiento técnico de la disciplina que se practica.

Uno de los deportes de aventura más exigentes de los cualificados de montaña es la escalada. En el Ripollès, aprovechando sus paredes verticales de roca calcárea, aptas para todos los niveles de dificultad, se puede practicar esta actividad en lugares como La Vena (Montgrony), La Cantera (Ogassa) y Roca Roja de Coronas (Campdevàrol). La primera está compuesta por 34 vías de diferente grado de dificultad y una altura máxima de 35 metros. La segunda, más adecuada para los que se inician, dispone de 24 vías y una altura máxima de 24 metros. La tercera, más exigente, tiene 54 vías y 25 metros de altura máxima. Otra actividad deportiva de aventura que puede realizarse en la comarca es el alpinismo, que consiste en realizar ascensiones a montañas de alto nivel y con un cierto grado de dificultad. El Gra de Fajol Petit (Figura 60) es un lugar muy adecuado para su práctica, con 15 vías de ascenso y un desnivel máximo de 240 metros.

23. Un parque natural situado en Molló que ofrece al visitante un recorrido entre ciervos, gamos y corzos, muflones, osos, rebecos, marmotas, etc.

24. Llamada así en alusión a la importante tradición de las forjas en la comarca y a la extracción de carbón en las minas de Ogassa, cuyos 12 kilómetros de vía se han convertido en la ruta ideal para disfrutar de un paseo a pie o en bicicleta y contactar con el pasado industrial de la comarca, teniendo en cuenta que el tramo ferroviario Sant Joan de les Abadesses-Torralles funcionó hasta el cierre de las minas en 1967.

FIGURA 60
Alpinismo en la pared norte del Gra de Fajol Petit



Fuente: Turisme Ripollès (2015)
(extraído de: <http://www.elripolles.com/admin/uploads/htmlarea/gradefajol.pdf>)

Otra actividad de riesgo es la espeleología, que permite descubrir una nueva dimensión paisajística subterránea (estalactitas, estalagmitas y columnas), con objetivos principalmente científicos (geológicos, arqueológicos, biológicos, etc.) o puramente deportivos. En este caso, en la comarca se encuentra el Forat de Sant Hou (Gombrèn), que presenta un descenso de 67,30 metros y tiene dos pozos con dos rapeles (uno de 31 metros y otro de 24). En el Ripollès también puede practicarse el descenso de barrancos («barranquismo»), donde no solamente hay que tener un alto nivel técnico sino que también es necesario conocer los comportamientos de las corrientes de agua en estos lugares estrechos, con caudales muy variables en función de las lluvias y los deshielos. Esta actividad puede practicarse en las Gorges de Núria (Querallbs), el Torrent de la Corba (Bruguera) (Figura 61) y el Torrent de la Cabana (Campdevàno). El primero, para practicantes expertos, tiene un recorrido de 1.200 metros y un desnivel de 300 metros. El segundo tiene once rapeles y se recorren también 1.200 metros, pero su desnivel es algo menor (220 metros). El tercero es de 1.500 metros, con seis rapeles y un desnivel de 100 metros.

FIGURA 61
Descenso de barrancos en el Torrent de la Corba



Fuente: Turisme Ripollès (2015) (extraído de: <http://www.elripolles.com/admin/uploads/htmlarea/torrentdelacorba.pdf>)

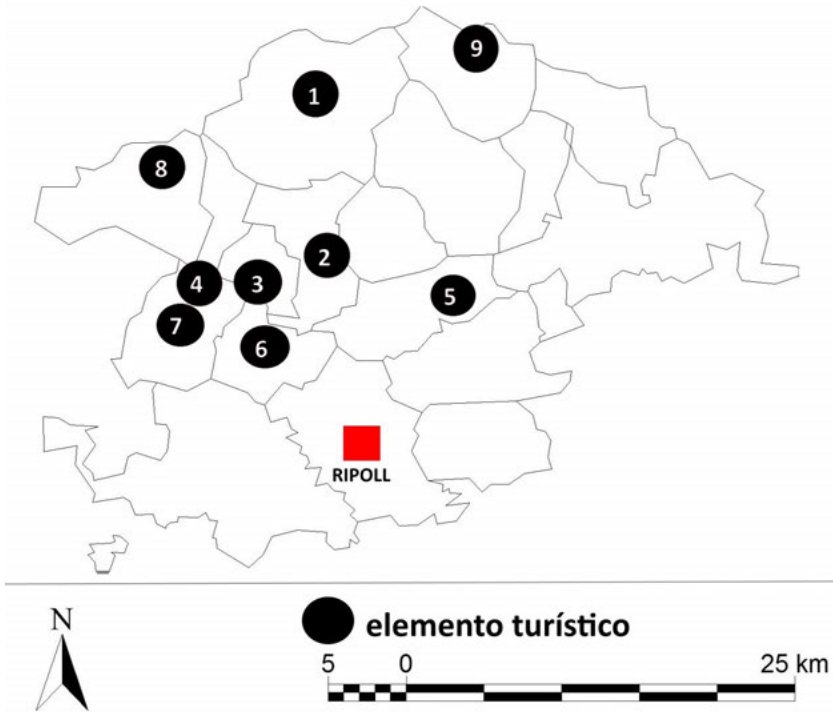
Finalmente, una de las disciplinas de este deporte más demandadas en estos últimos años en la comarca es realizar circuitos a través de puentes elevados. Así, se ha diseñado el Circuito Acrobático Alpino de los Puentes Elevados (Toses), que tiene un recorrido de 200 metros y un desnivel de 150 metros, con un rapel, dos puentes y dos tirolesas²⁵.

Así pues, el turismo de deportes de aventura es una actividad reciente en la comarca, por lo que todavía se encuentra en una fase inicial de desarrollo, siendo muy escaso el apoyo de los organismos públicos y las asociaciones locales, por lo que consideramos que el clúster turístico está todavía en su fase inicial. Sin embargo, se están creando microempresas dedicadas a esta actividad, lo que, junto con la amplia oferta de alojamientos y restaurantes, permite augurarle un prometedor futuro, especialmente entre los jóvenes.

25. Poleas suspendidas por cables montados en un declive o inclinación, que son impulsados por gravedad y se pueden deslizarse desde la parte superior hasta el fondo mediante un cable, generalmente de acero inoxidable.

Seguidamente se presenta un mapa de situación de estos recursos de turismo de deportes de aventura en la comarca (Figura 62) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con este producto (Tabla 77).

FIGURA 62
Situación geográfica de los recursos de turismo de deportes de aventura en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--|----------------------------|
| 1 | Gorges de Núria | Queralbs |
| 2 | Torrent de la Corba | Bruguera (Ribes de Freser) |
| 3 | Torrent de la Cabana | Campdevàdol |
| 4 | Montgrony | Gombrèn |
| 5 | La Cantera | Ogassa |
| 6 | Roca Roja de Corones | Campdevàdol |
| 7 | Forat de Sant Hou | Gombrèn |
| 8 | Circuito Acrobático Alpino de los Puentes Elevados | Toses |
| 9 | Gra de Fajol Petit | Setcases |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

TABLA 77
Agentes directamente relacionados con este clúster

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|--|--|
| Oficina de Turismo de Camprodon Oficina de Turismo de Ripoll Oficina de Turismo de Sant Joan de les Abadesses Oficina de Turismo de Setcases Oficina de Turismo de Vallter 2000 Oficina de Turismo de la Vall de Núria Oficina de Turismo de la Vall de Ribes Oficina de Turismo de la Vall de Camprodon Punto de Información Turística de Campdevànol CAT de Ripoll (Can Guetes) | Ayuntamiento de Gombren |
| | Asociaciones locales |
| | Consorcio de Promoción Turística del Ripollès Consorcio Ripollès Desenvolupament Asociación para la Gestión del Programa Leader Ripollès Ges Bisaura |
| Asociaciones locales | Organizaciones empresariales |
| ---- | ---- |
| | Instituciones de investigación |
| | ---- |

Fuente: elaboración propia

4.11. El caso de la Comarca de la Sierra Sur de Jaén

José M^a Prat

4.11.1. El territorio

La Comarca de la Sierra Sur de Jaén está situada en el extremo suroccidental de la provincia de Jaén (Figura 63) y limita al norte con la Comarca Metropolitana de Jaén, al este con las comarcas de Sierra Mágina y de Los Montes (en la provincia de Granada), al sur con la comarca de Loja y al oeste con las comarcas cordobesas de la Campiña de Baena y la Subbética. Dispuesta a modo de barrera natural de la Depresión del Guadalquivir, la Sierra Sur, con una extensión de 784,27 km², forma parte de la franja central de la cordillera Subbética, alcanzando su mayor altura en la Sierra de la Pandera (1.870 m). Desde el 27 de marzo de 2003 la comarca la componen cinco municipios, siendo su capital Alcalá la Real. (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía - IECA, 2015).

FIGURA 63
Mapa de situación de la Comarca del Sur de Jaén



Fuente: elaboración propia con MiraMon®

El territorio está marcado por la campiña y la serranía, con un paisaje muy heterogéneo que incluye desde altas montañas, acantilados, profundos barrancos y

angostos cañones rocosos hasta amplias extensiones de cultivo, principalmente de olivar, y todo ello cubierto por una espesa vegetación de tipo mediterráneo, constituyendo la mayor masa de encinar sobre roca caliza de la Península Ibérica. Su suelo, que es frágil y tiene un elevado riesgo de erosión. En las zonas llanas y en las lomas suaves predomina mayoritariamente el olivar, mientras que en las zonas montañosas se conserva el bosque mediterráneo autóctono, con encinas y otras especies, como el quejigo, el enebro y el tejo. La riqueza ambiental de la comarca se manifiesta en sus dos Reservas Naturales (la Laguna Honda y la Laguna del Chinche), ambas en el término municipal de Alcaudete, y el paraje de Pitillos, declarado Monumento Natural, en Valdepeñas de Jaén. El clima es mediterráneo continental, caracterizado por amplios contrastes estacionales, con precipitaciones de distribución irregular, marcada aridez estival y acentuada amplitud térmica estacional, siendo sus inviernos fríos y con algunas nevadas. (Diputación Provincial de Jaén, 1997).

Se trata de una comarca de poca extensión y con escasa población (43.237 habitantes en el año 2014), lo que representa una densidad de 55,13 hab./km². (Tabla 78). La capital, Alcalá la Real, tiene 22.324 habitantes (en 2014), representando el 51,63% de la población de la comarca. Otras ciudades con más de 2.000 habitantes son Alcaudete (10.896 hab.), Castillo de Locubín (4.381 hab.) y Valdepeñas de Jaén (3.988 hab.). (IECA, 2015).

TABLA 78
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|-------------------------|----------------------------------|-----------|-------------------------------------|-------------------------|
| Comarca del Sur de Jaén | 784,27 | 43.237 | 55,13 | 5 |
| % de Andalucía | 0,90% | 0,51% | - | 0,65% |

Fuente: IECA (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

En cuanto a su estructura demográfica (Tabla 79), el 13,33% de la población es menor de quince años, mientras que el 63,78% está entre quince y sesenta y cinco años y el 22,89% restante supera los sesenta y cinco años. Si se compara esta estructura con la del conjunto de Andalucía, el 0,42% de los jóvenes menores de quince años se encuentra en esta comarca, lo mismo que el 0,49% de la población andaluza entre quince y sesenta y cinco años y el 0,73% de los mayores de sesenta y cinco años. Se trata, así de una población envejecida, con una lenta y constante recesión demográfica (Tabla 80), pasando de 45.043 habitantes en 1996 (primer año con datos estadísticos demográficos del IECA) a 43.237 en 2014, lo que representa una reducción del 4,01% en el conjunto de dicho período. En la misma tabla se puede observar, además, como la aportación demográfica de esta comarca al conjunto de Andalucía se ha reducido de manera ininterrumpida, pasando del 0,62% en 1996 hasta el 0,51% en 2014.

TABLA 79
Estructura por edades (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|-------------------------|-----------|------------|-----------|
| Comarca del Sur de Jaén | 5.767 | 27.575 | 9.895 |
| % de Andalucía | 0,42% | 0,49% | 0,73% |

Fuente: IECA (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

TABLA 80
Evolución demográfica (1996-2014)

| | 1996 | 2000 | 2005 | 2010 | 2014 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Comarca del Sur de Jaén | 45.043 | 44.499 | 44.301 | 44.491 | 43.237 |
| % de Aragón | 0,62% | 0,61% | 0,56% | 0,53% | 0,51% |

Fuente: IECA (2016) partir del Padrón Municipal de Habitantes

Esta recesión demográfica se ha debido fundamentalmente al flujo emigratorio producido por las sucesivas crisis de las actividades económicas tradicionales de la comarca. El sector de actividad predominante es la agricultura, que ocupa a más de la mitad de los trabajadores afiliados a la Seguridad Social (el 52,24% en el año 2014). Aunque el cultivo del olivo es mayoritario, en los últimos años se está apostando por la elaboración de vinos de calidad. No se trata de un producto nuevo, ya que está documentada una importante producción vitivinícola de la Comarca de la Sierra Sur de Jaén en el siglo XVI (Fernández y Caballero, 2008). Recientemente también están empezando a crecer las actividades vinculadas a los servicios, que ya ocupan al 33,88% de los afiliados a la Seguridad Social. A pesar de los esfuerzos en la diversificación económica, continúa la prevalencia laboral del sector primario (Tabla 81).

TABLA 81
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | |
| Comarca del Sur de Jaén | 10.139 | 2.030 | 662 | 6.576 |
| % de Andalucía | 1,82% | 0,96% | 0,51% | 0,35% |
| Paro registrado | | | | |
| Comarca del Sur de Jaén | 1.005 | 190 | 57 | 644 |
| % de Andalucía | 0,50% | 0,24% | 0,11% | 0,10% |

Fuente: IECA (2016) y Consejería de Economía de la Junta de Andalucía (2015)

A su vez, la Renta Familiar Disponible (RFDB) per cápita de la comarca en el año 2008 fue de 5.547,92 €/hab., cifra algo inferior a la de los años anteriores. En

cuanto al PIB y la tasa de paro, al no existir estos datos oficiales macroeconómicos para la comarca, centrándonos en los del conjunto de la provincia (INE, 2016), se puede observar que el PIB per cápita de Jaén del año 2012 fue de 14.920 €/hab., inferior al de Andalucía (16.896 €/hab.), mientras que la tasa de paro en el primer trimestre del año 2016 fue del 35,47%, superando casi en dos puntos a la del conjunto de Andalucía (el 33,62%).

Por otra parte, el parque de viviendas de la comarca ha crecido un 9,52% entre 2001 y 2011 (Tabla 82), aumentando las viviendas principales un 8,76% y las secundarias un 104,54%. Este incremento es debido a la escasa cantidad de viviendas de esta tipología que había en 2001 (solamente el 7,27% del total de viviendas), de modo que aunque se haya perdido población, una parte de los emigrantes, generalmente los que se han ido a vivir a las grandes ciudades andaluzas, vuelven para pasar los fines de semana o las vacaciones. En contraste, las viviendas vacías han disminuido un 20,30%.

TABLA 82
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|--------|--------|--------------------------|
| Principales | 15.791 | 17.174 | 8,76% |
| Secundarias | 1.607 | 3.287 | 104,54% |
| Vacías/Otras | 4.719 | 3.761 | -20,30% |
| Total | 22.117 | 24.222 | 9,52% |

Fuente: IECA (2016) a partir del Censo de Población y Viviendas del INE (2001 y 2011)

Durante el período 2005-2013 la comarca ha modificado su oferta de alojamientos turísticos (Tabla 83), de manera que la oferta hotelera ha pasado de 8 establecimientos a 10, lo que representa un crecimiento del 25%, mientras que sus plazas han aumentado un 46,88%. Por el contrario, los establecimientos de turismo rural han decrecido de 23 a 18 (una reducción del 21,74%), aunque aumentando sus plazas un 9,29%. También sigue sin existir ningún camping en la comarca. Por contra, se ha pasado de 7 a 30 alojamientos turísticos, con una oferta de 105 plazas en lugar de las 25 que había en el año 2005. Respecto al conjunto de Andalucía, destaca la aportación del turismo rural, aunque sufriendo un importante descenso. (IECA, 2016).

En la Comarca del Sur de Jaén hay parajes naturales de extraordinaria belleza, como las Reservas Naturales de La Laguna del Chiche y La Laguna Honda, en Alcaudete, y el Quejigo del Carbón, en Valdepeñas de Jaén (el quejigo es uno de los árboles más representativos de la vegetación mediterránea, sobre todo en las zonas de clima subhúmedo). Además, las montañas de la comarca cobijan una de las poblaciones de águila perdicera más densa del mundo, que comparte hábitat con el águila real y el halcón peregrino.

TABLA 83
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2013 | 2005-2013 | 2005 | 2013 | 2005-2013 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 8 | 10 | +25% | 192 | 282 | +46,88% |
| % de Andalucía | 0,26% | 0,30% | - | 0,08% | 0,10% | - |
| Turismo rural | 23 | 18 | -21,74% | 140 | 153 | +9,29% |
| % de Andalucía | 2,93% | 1,16% | - | 2,38% | 1,23% | - |
| Campings | 0 | 0 | 0% | 0 | 0 | +0% |
| % de Andalucía | 0% | 0% | - | 0% | 0% | - |

Fuente: IECA, 2016

También es destacable su patrimonio cultural, principalmente en forma de grandes castillos y atalayas, así como su amplio abanico gastronómico con el aceite de oliva virgen extra como protagonista indiscutible. La capital, Alcalá la Real, está situada sobre una amplia meseta dominada por el Cerro de la Mota y a los pies del castillo del mismo nombre y de sus murallas circundantes (declarado Monumento Nacional desde 1931). La estructura urbana de esta ciudad es de origen árabe, con calles empinadas, casas señoriales, iglesias y detalles arquitectónicos. Destacan las iglesias de Consolación, Santo Domingo, Nuestra Señora de las Angustias y San Juan Bautista, el Palacio Abacial, el Ayuntamiento y la Fuente del Pilar de los Álamos. Otra población importante de la comarca, Alcaudete, situada a los pies de la Sierra Ahillos, con los edificios de la iglesia de Santa María la Mayor y el castillo Calatravo. Su casco urbano de origen medieval cuenta con un importante patrimonio arquitectónico dado que la villa tuvo una gran expansión entre los siglos XVI al XVIII. Por su término municipal discurre la «Vía Verde del Aceite», que forma parte de las rutas de «Castillos y Batallas» y del «Califato» (perteneciente a las «Rutas Legado Andalusi»). Un recurso turístico de nueva creación.

El carácter abrupto de esta serranía ha ocasionado que en las últimas décadas se haya desarrollado una intensa concentración demográfica en torno a los principales núcleos poblacionales de la comarca. Este hecho ha favorecido que en el interior del núcleo montañoso predomine una absoluta ausencia de contaminación lumínica, con zonas que alcanzan unos valores de oscuridad del cielo nocturno que superan las 21,45 magnitudes por segundo de arco al cuadrado. Además, su altitud favorece que la nitidez atmosférica sea muy elevada, permitiendo a los astrónomos y aficionados disfrutar de unas magníficas condiciones de observación. Por todo ello, la Comarca de la Sierra Sur de Jaén, ha apostado por desarrollar su turismo basándose en su patrimonio histórico, la riqueza cultural y los recursos naturales existentes y también cuenta con una incipiente oferta turística en torno a la astronomía; también llamado «astroturismo», «turismo astronómico» o «turismo de las estrellas».

4.11.2. El turismo astronómico en la comarca

El turismo astronómico es una actividad que combina ocio, ciencia y conservación, y se está posicionando como una actividad emergente que atrae a miles de turistas hacia destinos que reúnen las condiciones necesarias de calidad del cielo nocturno e idoneidad para la práctica de la astronomía. La importancia de este turismo se constata debido a que esta actividad es uno de los nuevos productos recogidos en la Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía 2014-2020, que moviliza alrededor de 230 millones de fondos públicos, aunando esfuerzos entre las administraciones y la iniciativa privada. Así, los territorios de Sierra Morena y Sierra Sur de Jaén, aprovechando sus características medioambientales, ofrecen este nuevo producto ligado a la observación de las estrellas en 67 pueblos.

El auge de la observación astronómica en la zona ha servido para impulsar la instalación del Observatorio Andalúz de Astronomía (OAA), inaugurado recientemente en la localidad de La Pedriza (pedanía de Alcalá la Real) (Figura 64). El observatorio aúna la investigación espacial, una función divulgativa y un reclamo turístico basado en ofrecer la oportunidad a los visitantes de acercarse al fascinante mundo de la astronomía. Para ello, se organizan cursos y talleres y se desarrollan anualmente en la comarca, sobre todo durante el verano, un amplio circuito de actividades en torno al firmamento.

FIGURA 64
Cúpula del Observatorio Andalúz de Astronomía



Fuente: OAA (2014)
(extraído de: <http://www.oaa.astroalcala.es/instalaciones.html>)

El resultado de esta iniciativa es que, la comarca obtuvo en 2014 la certificación de «Destino Turístico Starlight», que complementa a la ya obtenida en el mismo año como «Reserva Starlight», avalada por el Instituto de Astrofísica de Canarias,

la UNESCO y el programa MaB²⁶ en colaboración con la Unión Astronómica Internacional y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Dicho certificado avala la calidad del cielo nocturno de su territorio y la idoneidad para la práctica de la astronomía y observación de las estrellas en las mejores condiciones. La Fundación Starlight es una entidad, con personalidad jurídica propia creada por el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) y con la aportación mayoritaria en su capital patrimonial de la Consultora Corporación 5, cuyo fin principal es la difusión de la astronomía y la promoción, coordinación y gestión del movimiento Starlight. Para ello desarrolla actividades y ofrece diversos productos y servicios relacionados con esta materia. Se trata de una entidad sin ánimo de lucro que engloba, coordina y gestiona un conjunto de ideas, proyectos, personas, reflexiones y actividades que, bajo el nombre Starlight, ofrece a la sociedad una manera diferente de valorar el cielo estrellado. Asimismo, cuida de un patrimonio científico y cultural, a la vez que salvaguarda el hábitat de un gran número de especies que necesitan de la obscuridad de la noche para su pervivencia. (Fundación Starlight, 2015). Los cinco municipios de la comarca –Alcalá la Real, Alcaudete (Figura 65), Frailes, Castillo de Locubín y Valdepeñas de Jaén– han sido nombrados «Destinos Starlight».

FIGURA 65
Cielo estrellado, desde Alcaudete



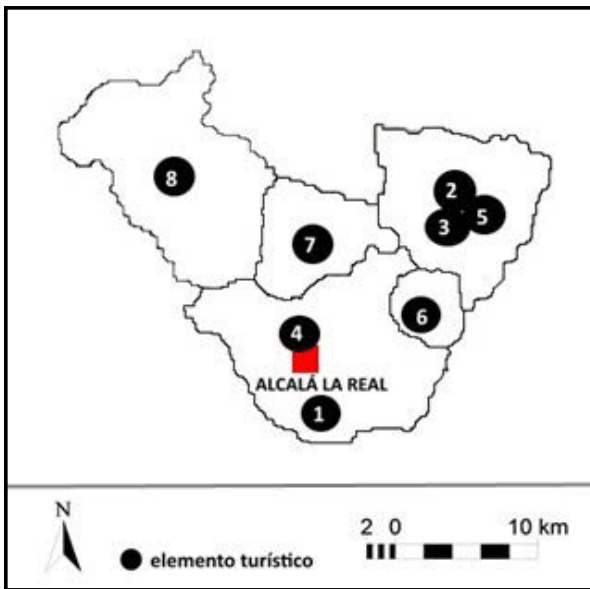
Fuente: Diario Sur (12-9-2014)
(extraído de <http://www.diariosur.es/planes/201411/05/cielos-andaluces-despiertan-turismo-20141105211748.html>)

26. En su división de Ciencias Naturales, la UNESCO desarrolla el programa: «Gente, biodiversidad y ecología: Ciencias ecológicas y de la tierra». Las actividades vinculadas a la biodiversidad son conducidas a través del subprograma del Hombre y la Biosfera (MaB), que propone una agenda de investigación interdisciplinaria y de formación de capacidades para mejorar la relación de la gente con su ambiente en forma global.

Por ello, el Observatorio Andaluz de Astronomía (OAA), en la Pedriza (Alcalá la Real), junto con los puntos de observación astronómica del Alto de la Pandera y del Cortijo del Moralejo, ambos en Valdepeñas de Jaén, y las poblaciones de Alcalá la Real, Frailes, Castillo de Locubín y Valdepeñas de Jaén forman un clúster alrededor del astroturismo. Un Turismo aún incipiente, pero que está dando muy buenos resultados en la diversificación de la oferta turística de la zona.

Seguidamente se presenta un mapa de situación de este recurso turístico en la comarca (Figura 66) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dicho recurso (Tabla 84).

FIGURA 66
Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|---|-----------------------------|
| 1 | Observatorio Andaluz de Astronomía | La Pedriza (Alcalá la Real) |
| 2 | Punto de Observación Astronómica del Alto de la Pandera | Valdepeñas de Jaén |
| 3 | Punto de Observación Astronómica del Cortijo del Moralejo | Valdepeñas de Jaén |
| 4 | Destino Turístico Starlight Alcalá la Real | Alcalá la Real |
| 5 | Destino Turístico Starlight Valdepeñas de Jaén | Valdepeñas de Jaén |
| 6 | Destino Turístico Starlight Frailes | Frailes |
| 7 | Destino Turístico Starlight Castillo de Locubín | Castillo de Locubín |
| 8 | Destino Turístico Starlight Alcaudete | Alcaudete |

Fuente: elaboración propia con MiraMon®

TABLA 84
Agentes directamente relacionados con este recurso turístico

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|---|--|
| Oficina de Turismo de Alcalá la Real | Ayuntamiento de Frailes |
| Oficina de Turismo de Alcaudete | Ayuntamiento de Alcaudete |
| Punto de Información Turística de Valdepeñas de Jaén | Ayuntamiento de Castillo de Locubín |
| | Ayuntamiento de Alcalá la Real |
| Organizaciones empresariales | Ayuntamiento de Valdepeñas de Jaén |
| Asociación Comarcal de Pequeños y Medianos Empresarios de Alcaudete | Asociaciones locales |
| Asociación Comarcal de Comerciantes, Industriales y Profesionales de Alcalá la Real | Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Sur de Jaén |
| Instituciones de investigación | Asociación Comarcal de Turismo Rural en Sierra Sur de Jaén |
| --- | |

Fuente: elaboración propia

4.12. El caso de la Tierra de Vitigudino

**Luis Alfonso Hortelano
Carmen Mínguez**

4.12.1. El territorio

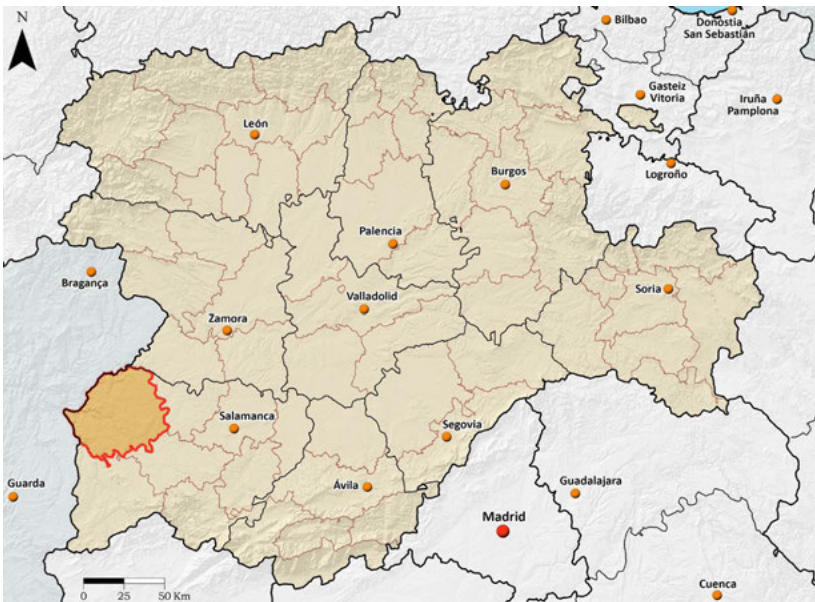
La comarca agraria de Vitigudino se encuentra en el noroeste de la provincia de Salamanca (Figuras 67 y 68), en la franja fronteriza con el vecino Portugal, y rodeada por el norte por las tierras zamoranas de Sayago, por el sur por la comarca de Ciudad Rodrigo y por el este por las de Ledesma y La Fuente de San Esteban. Desde el punto de vista geomorfológico presenta un claro contraste entre la penillanura y los encajamientos de la red fluvial, que reciben el nombre local de «arribe», con diferencias tanto en los rasgos climáticos, como en las formas del relieve, en las unidades paisajísticas y en los usos y aprovechamientos agropecuarios. La extensa penillanura del occidente salmantino está compuesta por materiales de origen ígneo, donde resaltan pequeñas elevaciones de cuarzo y cuarcita denominadas «sierros», y está rasgada por el encajamiento del río Duero y sus afluentes. Estos profundos hondones o «arribe», provocados por las corrientes fluviales, introducen una nota discordante entre el raso que se encuentra a unos 750-800 metros de altitud y el fondo de los valles que desciende a los 300 metros. La dicotomía de estas dos grandes unidades ambientales favorece, a la vez, la complementariedad entre ambas, así como, una ocupación temprana del territorio.

FIGURA 67
Mapa de situación de la comarca agraria de Vitigudino



Fuente: elaboración propia

FIGURA 68
Mapa de situación de las comarcas agrarias de Salamanca



Fuente: elaboración propia

La Tierra de Vitigudino abarca una superficie de 2.358,44 km² y una población en regresión (17.683 habitantes en el año 2014), que arroja una densidad de población de 7,50 hab./km² (Tabla 85). La comarca está fraccionada administrativamente en 56 términos municipales que giran en torno a la villa de Vitigudino que se erige en la cabecera y en centro funcional (2.750 habitantes). El resto de los centros subcomarcales históricos con cierto poder de atracción por su oferta comercial y de servicios a la población son Lumbrales (1.789 hab.) y Villavieja de Yeltes (878 hab.). Además, sobresalen a esta atomización municipal los núcleos que se benefician de algunas actividades de producción hidroeléctrica, extractivas o de transformación agroalimentaria: Aldeadávila de la Ribera (1.288 hab.), Barruecopardo (510 hab.), Hinojosa de Duero (726 hab.) y Villarino de los Aires (908 hab.).

TABLA 85
Contexto territorial (2014)

| | Superficie (km ²) | Población | Densidad (hab./km ²) | Número de municipios |
|----------------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|----------------------|
| Vitigudino | 2.358,44 | 17.683 | 7,50 | 56 |
| % de Castilla y León | 2,51 | 0,71 | 26,50 | 2.248 |

Fuente: INE (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

La decadencia demográfica repercute en el reparto de la población por grandes grupos de edad donde se produce un fuerte desequilibrio. A primera vista, se constata el elevado grado de envejecimiento a partir de una población mayor de 65 años del 38,98% que, en comparación con la media regional del 23,74%, resulta alarmante. Este dato, contrasta con la escasa participación de las cohortes de edad de menos de 15 años que apenas suponen el 6,23% frente al 12,10% de media regional. Por último, la población adulta con un 54,79% (64,17% en la Comunidad Autónoma) sostiene el conjunto poblacional (Tabla 86). Como ya hemos apuntado anteriormente, la situación demográfica actual es el resultado de la regresión sufrida desde mediados del siglo pasado a causa del éxodo rural y que se sigue produciendo a menor ritmo desde 1986. De mediados de los años ochenta, con un padrón de 28.897 habitantes, se ha pasado a primeros del año 2014 a 17.683 habitantes, lo que equivale a un descenso del 38,81%. De forma paralela, esta sangría demográfica supone una rebaja de la comarca en el peso demográfico de la Comunidad Autónoma al representar el 1,12% en 1986 y el 0,71% en el 2014 (Tabla 87).

TABLA 86
Estructura por edades (en %) (2014)

| | < 15 años | 15-65 años | > 65 años |
|----------------------|-----------|------------|-----------|
| Vitigudino | 6,23 | 54,79 | 38,98 |
| % de Castilla y León | 0,37 | 0,61 | 1,16 |

Fuente: INE (2016) a partir del Padrón Municipal de Habitantes

TABLA 87
Evolución demográfica (1986-2014)

| | 1986 | 1991 | 1996 | 2001 | 2006 | 2011 | 2014 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Vitigudino | 28.897 | 26.099 | 24.201 | 21.884 | 20.277 | 18.948 | 17.683 |
| % de Castilla y León | 1,12 | 1,03 | 0,96 | 0,89 | 0,80 | 0,74 | 0,71 |

Fuente: INE. Censo de Población y Padrón de Habitantes

La base productiva tradicional de la comarca ha sido la agricultura y la ganadería, que han cedido ante el avance de las actividades del sector terciario. En la actualidad, la mayor población ocupada por sectores económicos se registra en los servicios y en la agricultura. El avance del terciario en esta zona rural se está produciendo más lentamente que en otras áreas rurales. Por su parte, la población desempleada se concentra en los servicios y en el subsector de la construcción y, aparece en el registro, un nutrido grupo de parados que no han trabajado antes en busca de una oportunidad en el difícil mercado laboral heredado tras la crisis económica (Tabla 88). La distribución por sexo y edades de la población parada refleja la tónica general de la estructura demográfica de la comarca con un predominio de los varones sobre las mujeres y una concentración en los grupos de adultos de edad avanzada o parados de larga duración (> 45 años).

TABLA 88
Afiliados a la Seguridad Social y parados, por sectores (diciembre 2014)

| | Agricultura | Industria | Construcción | Servicios | Total |
|---------------------------------|-------------|-----------|--------------|-----------|-------|
| Afiliados a la Seguridad Social | | | | | |
| Vitigudino | 142 | 235 | 590 | 2.419 | 3.386 |
| % de Castilla y León | 2,34 | 0,21 | 1,88 | 0,53 | 0,56 |
| Paro registrado | | | | | |
| Vitigudino | 47 | 78 | 196 | 803 | 1.124 |
| % de Castilla y León | 0,30 | 0,35 | 0,71 | 0,60 | 0,56 |

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Seguridad Social y Servicio Público de Empleo Estatal (Diciembre 2014)

A pesar del fomento de actividades alternativas al sector primario, derivadas de la política regional, de las iniciativas comunitarias y de los programas operativos, la comarca sigue perdiendo población y asimila que se está convirtiendo en un territorio de segunda residencia y de ocio durante los fines de semana. (Tabla 89). Entre las medidas impulsadas por los programas de desarrollo rural y las políticas específicas de las áreas fronterizas han jugado un papel destacado las relacionadas con el turismo rural y la puesta en valor de los recursos del patrimonio natural y cultural.

TABLA 89
Parque de viviendas (2001-2011)

| | 2001 | 2011 | Crecimiento 2001-2011 |
|--------------|---------------|---------------|-----------------------|
| Principales | 8.595 | 7.911 | -7,96% |
| Secundarias | 4.461 | 5.220 | 17,01% |
| Vacías/Otras | 1.914 | 3.185 | 66,41% |
| Total | 14.970 | 16.316 | 8,99% |

Fuente: INE. Censo de Población y Viviendas (2001 y 2011)

Los municipios de la comarca forman parte de varias zonas turísticas con diferente referencia geoturística, muchas veces acorde con la denominación de las comarcas históricas: «Arribes», «El Abadengo», «La Ramajería» y «Tierra de Vitigudino». La administración regional enmarca a estos municipios en el grupo de Yacimientos arqueológicos en el apartado temático de «Arte, cultura y patrimonio», mientras que la Diputación Provincial de Salamanca mantiene la denominación de «Las Arribes. Tierra de límites». El contenido turístico de este territorio gira alrededor de los cañones fluviales del río Duero y de sus afluentes protegidos por el Parque Natural «Arribes de Duero» y los castros vetones. En los últimos años, la puesta en valor de los poblados fortificados vetones de Lumbrales y de Yecla de Yeltes ha creado la marca turística «Territorio Vetón». La demanda turística y el flujo de visitantes hacia

la comarca han conllevado un aumento de la planta de establecimientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones), de la red de alojamientos de turismo rural y de campings (Tabla 90). Así, los establecimientos hoteleros han pasado de 11 con 315 camas en el 2005 a 14 con 348 camas en el 2014 pero con una apuesta en las categorías de hostales y pensiones. Por su parte, los alojamientos de turismo rural han sido la gran apuesta de los emprendedores locales y de grupos empresariales que en pocos años han logrado incrementar el catálogo de 25 inmuebles con 240 plazas a 101 con 865 plazas. Por último, los campamentos de turismo no han tenido en la zona mucha aceptación y, tan sólo, se han acometido dos iniciativas de carácter municipal con una capacidad de 394 plazas y con algunos problemas de gestión.

TABLA 90
Oferta de alojamientos turísticos

| | Nº | | | Plazas | | |
|-------------------------------|-------|-------|-----------|--------|-------|-----------|
| | 2005 | 2014 | 2005-2014 | 2005 | 2014 | 2005-2014 |
| Hoteles, hostales y pensiones | 11 | 14 | +27,27% | 315 | 348 | +10,48% |
| % de Castilla y León | 0,65 | 0,73 | - | 0,53 | 0,49 | |
| Turismo rural | 25 | 101 | +304,00% | 240 | 865 | +260,42% |
| % de Castilla y León | 1,20 | 2,28 | - | 1,30 | 2,28 | - |
| Campings | 1 | 2 | +100,00% | 222 | 394 | +77,48% |
| % de Castilla y León | 0,84% | 1,64% | - | 0,52% | 0,91% | - |

Fuente: Junta de Castilla y León. Guía de Servicios Turísticos de Castilla y León y Boletín de Coyuntura Turística (2005 y 2014)

También, la comarca cuenta con otros alojamientos que complementan la oferta anterior, incluyendo dos albergues turísticos, en Vilvestre (con una capacidad de 12 plazas) y en Villarino de los Aires (con 50 plazas), y un albergue juvenil en Aldeadávila de la Ribera (con 112 plazas). Asimismo, la biodiversidad ambiental ha permitido la declaración en el año 2002 del Parque Natural «Arribes del Duero» (con una superficie aproximada de 106.105 ha) cuya finalidad es preservar los encajamientos fluviales como hábitats de especies de aves como la cigüeña negra, el alimoche, el buitre leonado, el águila real, el águila perdicera y el milano real. Además, con la creación de la Red Natura 2000 se amplía la superficie destinada a la conservación de la naturaleza con las Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPAs) y los Lugares de Importancias Comunitaria (LICs) de «Arribes del Duero» y «Riberas de los Ríos Huebra y Yeltes». El Programa de Uso Público del parque natural ha afrontado la apertura y ampliación de las Casas del Parque de «El Torreón de Sobradillo», en Sobradillo y del «Convento de san Francisco», en el municipio zamorano de Fermoselle. En esta estrategia, el espacio natural está atravesado por el Sendero de Gran Recorrido GR-14 «Senda del Duero» (173,8 km) y por GR-14.1 «Senda del Águeda» (51,2 km). La gestión técnica de la red de espacios naturales ha impulsado estas dotaciones con rutas de senderismo que se plasma en Arribes del Duero con la Ruta de los Contrabandistas (3,2 km) en el término municipal de Hinojosa de Duero.

El inventario de los recursos del patrimonio cultural de la comarca está encabezado por los inmuebles protegidos de forma genérica por la normativa de castillos (Cerralbo, El Cubo de Don Sancho, San Felices de los Gallegos, Sobradillo, Villares de Yeltes y Vilvestre), de Rollos de Justicia (El Manzano y Vilvestre) y de arte rupestre (Barruecopardo, Hinojosa de Duero, Pereña de la Ribera, Villavieja de Yeltes, Vilvestre y Yecla de Yeltes). Junto a estos bienes, encontramos en la comarca el Conjunto Histórico «La Villa» de San Felices de los Gallegos (1965), el Monumento Línea férrea «La Fuente de San Esteban-La Fregeneda» (2000) y, sobre todo, las Zonas Arqueológicas del Despoblado Castillo de Montalvo en Hinojosa de Duero, el Despoblado Castro de Las Merchanas en Lumbrales, el Despoblado Castillo en Saldeana y el Despoblado «El Castillo» en Yecla de Yeltes (3 de junio de 1931). A esta relación patrimonial, hay que sumar otros yacimientos arqueológicos, inmuebles civiles (palacios, consistorios y puentes) y edificios religiosos (monasterios, iglesias y ermitas) con interés histórico, artístico, ingenieril o arquitectónico. Las muestras de arquitectura culta encuentran un excelente escenario entre los ejemplos de la arquitectura tradicional presididos por diferentes tipos de viviendas y de construcciones auxiliares (establos para bueyes, cabañales, molinos, almazaras, fraguas, pequeñas chozas, palomares, pocilgas, etc.).

Junto al patrimonio cultural edificado, emerge con fuerza el patrimonio inmaterial representado por las manifestaciones populares y los ritos festivos a pesar del envejecimiento y el riesgo de despoblación. El ciclo anual trae a estas tierras los momentos festivos que se acompañan de música, de danzas y de gastronomía típica. Las fiestas responden a motivaciones religiosas, paganas, económicas o históricas como, por ejemplo, «El Noveno» en San Felices de los Gallegos, que rememora el 11 de mayo el cese del pago de los impuestos a la Casa de Alba por parte de los habitantes de los pueblos de Ahigal de los Aceiteros, San Felices de los Gallegos y Puerto Seguro (declarada Fiesta de Interés Turístico Regional en el 2005). En un territorio con honda vocación ganadera, con afamadas dehesas donde se crían reses bravas, no podían faltar en los programas festivos los encierros y las capeas de toros.

En base a estos recursos turísticos, las instituciones regional, provincial y municipal han dotado al territorio de ocho Oficinas de Información Turística (Aldeadávila de la Ribera, Barruecopardo, La Fregeneda, San Felices de los Gallegos, Trabanca, Vilvestre, Villarino de los Aires y Vitigudino) y de Puntos de Información al amparo de Centros de Recepción de Visitantes (Casa del Parque «El Torreón» en Sobradillo, Oficina de Turismo Transfronteriza en el Salto de Saucelle o Centro de Visitantes en Lumbrales).

4.12.2. El turismo arqueológico o «arqueoturismo» en la comarca

El turismo arqueológico o «arqueoturismo» es una modalidad del turismo cultural bajo la que se presentan actividades, productos y servicios culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal y el objeto de la motivación para realizar un viaje, sea de proximidad, de media o de larga distancia. Se concreta en el conocimiento y la visita a los restos prehistóricos, y para algunos expertos guarda relación con la idea de la recuperación de las raíces y de la identidad

histórica de los pueblos (Cubas et al., 2010). Este aspecto social, ha provocado sinergias con el proceso de desarrollo local basado en el aprovechamiento de los recursos turísticos endógenos como herramienta de dinamización cultural²⁷ y económica de los territorios.

Por este motivo, a principios del 2000 en la Comunidad Autónoma de Castilla y León se ha realizado un tratamiento especial en cuanto a la tutela y la protección de los yacimientos arqueológicos en aras de la conservación, puesta en valor, difusión y gestión sostenible. Esta estrategia regional se plasmó en la selección de lugares arqueológicos con una adecuada señalización y dotados con un centro de interpretación que por su carácter didáctico se denominaron «Aulas Arqueológicas». Dentro de esta primigenia iniciativa, en la provincia salmantina se incluye la «Ruta de Fortificaciones de Frontera» que parte de Ciudad Rodrigo, continua por el Real Fuerte de la Concepción en Aldea del Obispo, los grabados Paleolíticos de Siega Verde y la Torre del Homenaje de San Felices de los Gallegos y, finaliza, en el Castro de Yecla la Vieja en Yecla de Yeltes. Los antecedentes del producto turístico denominado «Ruta de Fortificaciones de Frontera», en base a los cinco hitos citados, se enmarcan en la propuesta que acomete la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León gracias a la cofinanciación de la iniciativa comunitaria Interreg II (1994-1999).

El territorio noroccidental de la provincia de Salamanca y, otras zonas aledañas de Zamora y de Portugal, estaba ocupado por el grupo étnico de los vetones que fueron sometidos por los romanos. El principal legado de este grupo son los poblados fortificados o castros y las esculturas zoomorfas o verracos. El hábitat característico de estos pueblos prerromanos del noroeste peninsular consistía en recintos cercados que se localizaban en zonas escarpadas o en la confluencia de dos ríos y con un campo de piedras hincadas para defender el raso. Las gruesas murallas de granito sólo estaban rasgadas por estrechas puertas que daban acceso intramuros donde se acomodaban a la topografía las cabañas con techo vegetal y, tan sólo, en el exterior quedaba la necrópolis con tumbas labradas en la roca. A la entrada de la ciudad o en zonas de manantiales y prados, colocaban rudas esculturas de verracos u otros animales labradas en granito que guardan relación con la vocación ganadera de este pueblo y la protección de rebaños y poblados. Además, aparecen sobre las rocas de la muralla primitivos grabados de guerreros, de escenas de caza o con una finalidad simbólica. Los hallazgos de muros, fragmentos de esculturas de mármol, tégulas y estelas funerarias encontrados en los castros denotan el proceso de romanización que sufrieron a comienzos del siglo I de nuestra Era. (Ruiz y Álvarez-Sanchís, 2011; Jiménez y Salinas, 2013).

Los yacimientos arqueológicos de los vetones constituyen un punto de referencia para el arqueoturismo gracias a la intervención pública y a la implicación privada. La Diputación Provincial ha puesto en valor los castros fronterizos a través de diversas fases de los proyectos de la «Red de Castros y Verracos Célticos: patrimonio arqueológico y turismo» y de «Territorio Vetón» con el respaldo económico de los

27. La puesta en valor del patrimonio cultural se suele concretar en su musealización, lo que permite traducir su significado al gran público.

fondos europeos destinados al desarrollo de las áreas rayanas. El proyecto de la «Red de Castros y Verracos Célticos: patrimonio arqueológico y turismo» (acrónimo CASTROS Y VERRACOS/SP2. E12)²⁸, tenía por objetivo la rehabilitación y la restauración de varios Castros de Ávila, Salamanca, Trás-os-Montes (Miranda do Douro y Mogadouro) y Alto Tâmega (Peñafiel) para crear una red o itinerario turístico en la frontera hispano-portuguesa. La ejecución del proyecto ha consistido en una serie de intervenciones específicas en cada uno de los castros seleccionados, otras actuaciones complementarias y actividades de cooperación²⁹ (Tabla 91).

TABLA 91
Actuaciones en la provincia de Salamanca

| Castros | Intervenciones |
|------------------------------------|---|
| Yecla la Vieja (Yecla de Yeltes) | <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución del proyecto de restauración y rehabilitación del Centro de Turismo Arqueológico • Señalización del Castro y su entorno. Realización de un campo de trabajo arqueológico • Acciones genéricas y específicas de promoción y difusión • Incorporación a la ruta de los castros. Inclusión en la página web |
| El Castillo (Saldeana) | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuación del acceso al castro • Musealización del entorno • Señalización del acceso • Acciones genéricas y específicas de promoción y difusión • Incorporación a la ruta de los castros • Inclusión en la página web |
| Las Merchanas (Lumbrales) | <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución del proyecto de acceso al castro • Musealización del entorno • Señalización del acceso e itinerarios • Acciones genéricas y específicas de promoción y difusión • Incorporación a la ruta de los castros • Inclusión en la página web |
| Castillo de Saldañuela (Bermellar) | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de acceso al castro • Musealización del entorno • Señalización del acceso. Acciones genéricas y específicas de promoción y difusión • Incorporación a la ruta de los castros. • Inclusión en la página web |

Fuente: Diputación de Ávila. Castros y Verracos. Balance y Perspectivas. Memoria final

28. Este programa fue financiado en el marco del Subprograma de cooperación transfronteriza de la iniciativa comunitaria Interreg III-A entre Castilla y León y la región Norte de Portugal.

29. En concreto, del montante total del proyecto que ha ascendido a 2.408.636 euros, las actuaciones acometidas en los castros salmantinos han ascendido a una inversión de 504.464 euros (378.348 euros del FEDER y 126.116 euros de la Diputación Provincial).

En cuanto al proyecto «Territorio Vetón» se plantea como una prolongación de la fase anterior de Castros y Verracos pero enfocada a la creación final de un producto turístico que se ampara en una marca territorial bajo un innovador modelo de gestión y explotación comercial. Las principales actuaciones se han centrado en los Castros de Saldeana, Yecla la Vieja y Las Merchanas y han sido financiadas dentro de la iniciativa de la Diputación Provincial «Cohesión Territorial y Regeneración Económica de la zona oeste de la provincia». La inversión total ha ascendido a 1.480.465 euros (70% FEDER y 30% institución provincial), si bien, también han sumado esfuerzos otros fondos en acciones puntuales, por ejemplo, dentro del Plan de Dinamización Turística «Arribes Sur» se han acometido las obras de rehabilitación de la Casa del Primer Conde de Lumbrales (D. Ricardo Pinto da Costa Fernández Reis) como sede del Centro de Recepción de Visitantes del «Territorio Vetón». Las acciones en el Castro El Castillo en Saldeana se han centrado en la mejora del itinerario de acceso hasta el paño oriental de la muralla y en la ampliación del aparcamiento. Por su parte, en el Castro de Las Merchanas (Figura 69) se ha complementado con nuevas dotaciones el Centro de Recepción de Visitantes del «Territorio Vetón», se ha creado un sendero de 2 kilómetros que une el casco urbano de Lumbrales con el aparcamiento, se ha acondicionado el camino peatonal con la rehabilitación del Molino del Tío Justo y se ha señalizado un recorrido con paneles interpretativos o estaciones interpretativas por el castro. En último lugar, en el Castro de Yecla la Vieja (Figura 70) se ha acometido la transformación de la antigua Aula Arqueológica en un Museo renovado, se ha construido el Centro de Turismo Arqueológico destinado a alojamiento y realización de actividades formativas y se ha enlazado la población mediante un itinerario histórico con el castro.

FIGURA 69

Puerta de los Vetones del Castro de Las Merchanas (vista exterior)



Fuente: Luís Alfonso Hortelano, 2015

FIGURA 70
Puerta suroeste del Castro de Yecla la Vieja (vista interior)



Fuente: Luís Alfonso Hortelano, 2015

Finalmente, el Programa de Uso Público del Parque Natural «Arribes del Duero» ha señalado alrededor del Castro de Saldeana un Sendero Local Circular «Sendero de los Molinos y Miradores» (2,1 km) y en el Castro de Las Merchanas el Senderos de Pequeño Recorrido PRC-SA 39 «Las Merchanas-El Colmenar» (9,05 km) (Martin, 2010).

A continuación se presenta un mapa de situación de este recurso turístico (Figura 71) y un cuadro descriptivo con los puntos de información turística de la comarca y las instituciones y organismos directamente relacionados con dicho recurso (Tabla 92).

FIGURA 71
Situación geográfica de este recurso turístico en la comarca



| Nº | Elemento turístico | Población |
|----|--|-----------------|
| 1 | Castro de Yecla la Vieja | Yecla de Yeltes |
| 2 | Castro de Las Merchanas | Lumbrales |
| 3 | Castro de El Castillo | Saldeana |
| 4 | Castro Castillo de Saldañuela | Bermellar |
| 5 | Museo del Castro de Yecla la Vieja | Yecla de Yeltes |
| 6 | Centro de Recepción de Visitantes del Territorio Vetón | Lumbrales |

Fuente: elaboración propia

TABLA 92
Agentes directamente relacionados con este recurso turístico

| Oficinas de turismo y centros de interpretación turística en la comarca | Agentes públicos |
|---|--|
| Oficina de Turismo de Vitigudino | Junta de Castilla y León. Consejería de Cultura y Turismo |
| Oficina de Turismo de Lumbrales | Junta de Castilla y León. Museo Provincial de Salamanca |
| Oficina de Turismo de Aldeadávila de la Ribera | Diputación de Salamanca. Área de Patrimonio |
| | Diputación de Salamanca. Organismo Autónomo de Empleo y Desarrollo Rural (OAEDR) |
| | Ayuntamiento de Lumbrales |
| | Ayuntamiento de Yecla de Yeltes |
| | Ayuntamiento de Saldeana |
| | Grupo de Acción Local Asociación para el Desarrollo Económico de la Zona Oeste de Salamanca (ADEZOS) |
| Organizaciones empresariales | |
| Asociación de Empresarios del Abadengo (ASEMPA) | |
| Asociación de Empresarios de Vitigudino (ASEMVI) | |
| Asociación Arribes Salmantinos de Turismo Rural (ASASTUR) | |
| Asociaciones locales | Instituciones de investigación |
| ----- | Universidad de Salamanca. Departamento de Prehistoria, Historia Antigua y Arqueología. |
| | Grupo de Investigación de Estudios sobre el Occidente de la Península Ibérica en la Antigüedad «Hesperia» |
| | Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Historia Antigua, Medieval y Paleografía y Diplomática. |
| | Grupo de Investigación Guerra, Diplomacia e Interacción en Occidente (ss. III-I A. C.) «Occidens» |

Fuente: elaboración propia

5 **Análisis de la sostenibilidad del clúster y de la resiliencia territorial de la comarca y del destino turístico**

Asunción Blanco-Romero

Gemma Cànoves

José Antonio Corral

Luis A. Hortelano

Antonio Martínez Puche

Carmen Mínguez

Mónica Molina

José M^a Prat

Montserrat Villarino

Elena de Uña

En este capítulo analizamos la sostenibilidad de los 12 clústeres y la resiliencia territorial de la comarca y del destino turístico. En cada caso se elabora un cuadro resumen del resultado de los indicadores de resiliencia territorial, resiliencia del destino turístico y sostenibilidad del clúster del producto turístico. Esta radiografía nos permite finalmente situar el nivel de sostenibilidad de los clústeres seleccionados y posicionarlos dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia territorial del conjunto de comarcas analizadas.

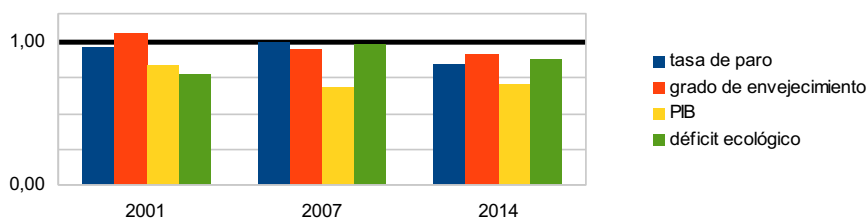
5.1. Alt Penedès

Mónica Molina

5.1.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los resultados presentados en el Anexo 2, en la Figura 72 se muestran los índices de sensibilidad territorial (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados¹. En ella puede apreciarse como la comarca tiene una sensibilidad económica y una sensibilidad medioambiental siempre mejores que las del conjunto de Catalunya². Sin embargo, en el año 2001 su sensibilidad social era peor que la de Catalunya en relación al grado de envejecimiento de la población, aunque en los otros dos años posteriores ya ha sido mejor.

FIGURA 72
Índices de sensibilidad territorial del Alt Penedès



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Nos encontramos ante una comarca con una buena resiliencia territorial y cuyo principal riesgo es que la industria del vino y del cava casi son monoproducidos, por lo que para minimizarlo se deberían diversificar más las actividades económicas.

5.1.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis de los resultados expuestos en el Anexo 2, puede observarse que se trata de una comarca con una población que se encuentra en fase de crecimiento y de rejuvenecimiento. Además, tiene una buena productividad, ya

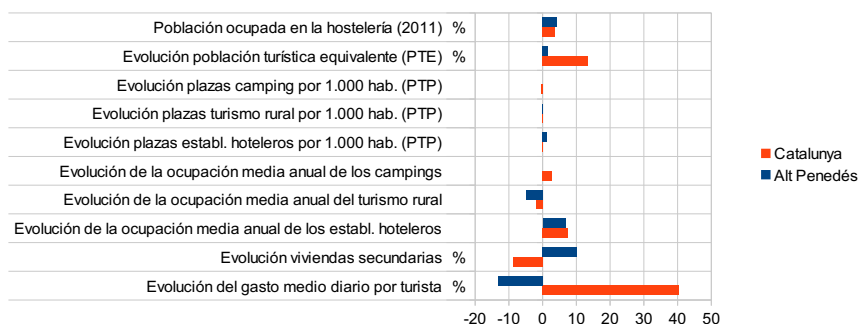
1. 2001 (antes de la crisis), 2007 (justo al inicio de la crisis) y 2014 (último año con datos oficiales publicados).

2. Representada por el índice «1» de la citada figura mediante una línea negra de trazo grueso, de forma que una mejor sensibilidad territorial en la comarca se observa si el indicador no supera el valor «1».

que su PIB per cápita comarcal es superior a la media catalana y la tasa de paro es inferior, se ha incrementado la renta familiar bruta disponible de la población (RFBD) y ha aumentado el parque total de viviendas, especialmente las primeras residencias. Sin embargo, el análisis de los últimos cinco años también indica que en la comarca ha disminuido el porcentaje de empresas industriales, aunque han aumentado las empresas de servicios. Por otra parte, presenta un déficit ecológico similar a la media de las comarcas del interior de Catalunya.

Comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Catalunya, puede verse como en el ámbito económico (Figura 73) la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en la población ocupada en la hostelería, en el número de viviendas secundarias y en las plazas hoteleras y de campings disponibles por cada 1.000 personas de la población total (PTP) presente en la comarca. Por el contrario, la evolución ha sido peor en el gasto medio diario por turista, en la población turística equivalente (PTE) y en el grado de ocupación hotelera, del turismo rural y de los campings.

FIGURA 73
Comparación de la evolución de las variables económicas del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014)



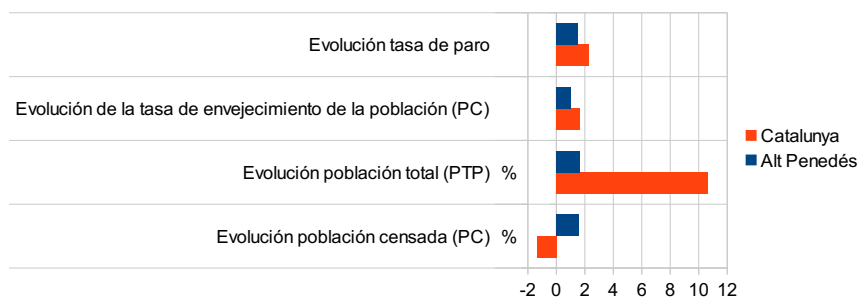
Fuente: elaboración propia a partir de DIBA (2016) e IDESCAT (2016)

En el ámbito sociocultural (Figura 74) la comarca presenta una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Además, la población total presente en este destino (PTP) ha aumentado en porcentaje mucho menos que en el caso de la Comunidad Autónoma, lo que redundará en una menor presión sobre este territorio, aunque, por el contrario, también ha sufrido un mayor aumento porcentual de su población permanente (PC).

En el medioambiental (Figura 75) la comarca ha tenido en este periodo un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Catalunya, aunque también se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas, lo que aumenta la presión medioambiental sobre este territorio.

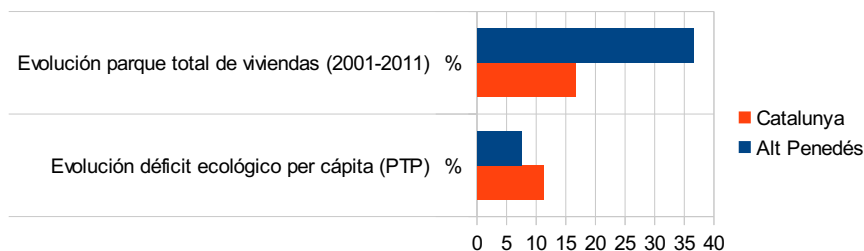
Nos encontramos ante un destino turístico que en estos últimos cinco años en el ámbito económico ha reducido su oferta de plazas hoteleras, a pesar de aumentar su grado de ocupación, mientras que el fenómeno contrario ha ocurrido con el turismo rural. También destaca la disminución del gasto diario medio de los turistas. Además, existe el riesgo de que este destino se apoye excesivamente en actividades turísticas relacionadas con el cava y el vino.

FIGURA 74
Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

FIGURA 75
Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Alt Penedès y Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

En cuanto al ámbito sociocultural, dependerá de cómo le afecte el aumento de población permanente (PC) y el cambio de su estructura demográfica. Asimismo, a nivel relacional se han establecido colaboraciones estables, consolidadas y normativas entre los agentes locales involucrados en la promoción y desarrollo del enoturismo. Finalmente, en el ámbito medioambiental, aunque el déficit ecológico per cápita de la comarca es aceptable, lo mismo que la calidad del

aire, el consumo de energía y la generación de residuos urbanos, el aumento del consumo de agua para usos domésticos en estos últimos años es negativo, al igual que el grado de crecimiento del déficit ecológico. Además, el porcentaje de suelo comprometido para urbanización es bastante superior al de otras comarcas catalanas de interior y la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano también es bastante alta.

Por todo ello, aunque la comarca presenta una resiliencia aceptable en líneas generales como destino turístico, el control medioambiental, la mejora de la oferta hotelera y la diversificación de los tipos de turismo son los factores más destacables que se deben mejorar en los próximos años.

5.1.3. Resiliencia del enoturismo en la comarca

Según se desprende de los resultados presentados en el Anexo 2, el enoturismo en el Alt Penedès ha formado un clúster que se encuentra en una fase muy desarrollada, ya que en el año 2016 había 171 establecimientos relacionados con este turismo y 23 agentes locales involucrados directamente con este producto turístico. Por otra parte, había 24 webs de la comarca que promocionaban este producto turístico. Además, la relación entre los agentes locales relacionados con este producto (agentes públicos, asociaciones, organismos empresariales, instituciones de investigación, hoteles, restaurantes, comercios y empresas) está muy consolidada.

Sin embargo, un punto negativo es que presenta una gran concentración de visitas en muy pocos establecimientos, ya que, por ejemplo, en 2014 se recibieron 323.631 personas entre los tres más significativos (las cavas Codorníu y Freixenet y las Bodegas Torres).

En cuanto a la oferta de alojamientos turísticos, en 2014 el clúster tenía 20 plazas hoteleras disponibles por cada 1.000 turistas recibidos y otras 20 de turismo rural. Por contra, no había ninguna plaza de camping disponible.

Respecto a los impactos socioculturales producidos en el clúster, hay que tener en cuenta que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes. Además, la población turística allí presente (PTE grupo) es bastante inferior a la población censada (PC grupo). Asimismo, la presencia de segundas residencias en dichos municipios también es muy baja. Por todo ello, el impacto en este ámbito es bajo. Sin embargo, desde el punto de vista de la demanda, el grado de satisfacción obtenido por los turistas al consumir este producto es bastante alto, ya que presenta una valoración media de 3,75 sobre 5.

Sobre los impactos medioambientales, solamente el 16% de los municipios del clúster tienen una estrategia clara de desarrollo de un turismo sostenible. Por otra parte, aunque hay suficientes plazas de aparcamiento disponibles y el grado de preservación de los establecimientos turísticos que ofrecen dicho producto es bueno, los accesos a dichas instalaciones tienen un grado de mantenimiento medio.

Nos encontramos ante un clúster cuya sostenibilidad sociocultural es bastante alta, así como la medioambiental, y algo menos la económica. El principal

problema en este último aspecto es que las visitas se concentran mayoritariamente en tres únicas instalaciones.

TABLA 93
Cuadro resumen de los resultados del Alt Penedès

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|---|
| | Económica | Media | Poca diversificación de las actividades económicas |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Alta | Cambios en la estructura demográfica |
| | Medio-ambiental | Alta | Crecimiento excesivo del déficit ecológico |
| | Económica | Media | Pocas plazas hoteleras disponibles Turismo poco diversificado |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | Excesivo aumento de las segundas residencias |
| | Medio-ambiental | Media | Crecimiento excesivo del consumo de agua para usos domésticos Cantidad de suelo comprometido para urbanización Crecimiento excesivo del déficit ecológico |
| | Económica | Media | Gran concentración de visitantes en sólo tres establecimientos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | Pocas asociaciones locales involucradas con el enoturismo |
| | Medio-ambiental | Alta | Excesivo uso del vehículo propio para las visitas |

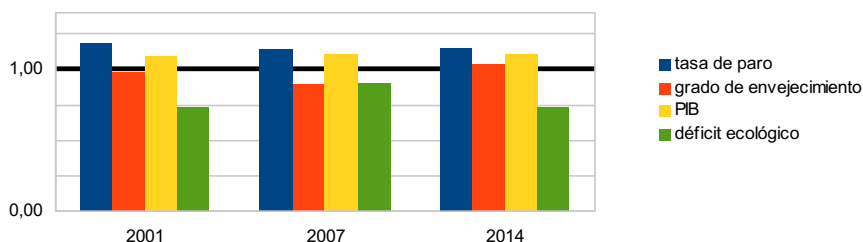
5.2. Alto Vinalopó

Antonio Martínez Puche

5.2.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los resultados presentados en el Anexo 2, en la Figura 76 se muestran los índices de sensibilidad territorial (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. En ella puede apreciarse como en el 2014 la comarca tenía una sensibilidad territorial peor que la del conjunto de la Comunidad Valenciana en los ámbitos económico y social, aunque sensiblemente mejor en el medioambiental, tal como ya sucediera en el año 2001, unos años antes del inicio de la crisis.

FIGURA 76
Índices de sensibilidad territorial del Alto Vinalopó



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Alicante (2016), IVE (2016) e INE (2016)

5.2.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

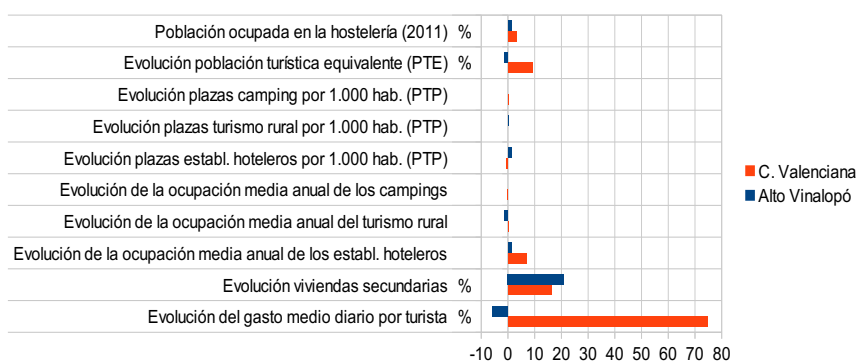
Continuando con el análisis de los resultados presentados en el Anexo 2, puede observarse que la comarca está en recesión demográfica y que, por otra parte, tiene un PIB comarcal inferior a la media de la Comunidad Valenciana y una tasa de paro superior. Sin embargo, en estos últimos cinco años, a pesar de la crisis, casi no se han reducido las empresas industriales y también se ha incrementado la renta familiar bruta disponible de la población (RFBG) y ha aumentado el parque total de viviendas, especialmente las primeras residencias.

Comparando la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de este destino turístico con las de la Comunidad Autónoma Valenciana, en el ámbito económico (Figura 77) puede apreciarse como la comarca ha tenido un aumento del número de viviendas secundarias y de las plazas hoteleras por cada 1.000 personas de la población total (PTP) presente en la comarca. Por el contrario, ha presentado una evolución peor en el gasto medio diario por turista,

la población turística equivalente (PTE), la población ocupada en la hostelería y el grado de ocupación de los hoteles y del turismo rural.

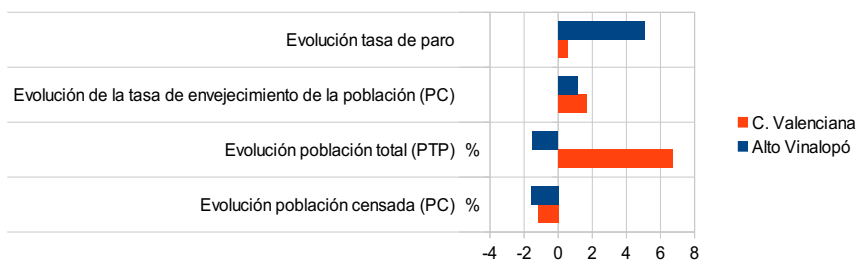
Respecto al ámbito sociocultural (Figura 78), la comarca ha tenido una evolución peor que la Comunidad Autónoma Valenciana en la tasa de paro, mientras que el fenómeno inverso ha ocurrido con la tasa de envejecimiento de la población censada. Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido, lo que redundará en una menor presión sobre este territorio, y la población permanente (PC) ha aumentado porcentualmente menos que en el caso de la Comunidad Autónoma.

FIGURA 77
Comparación de la evolución de las variables económicas del Alto Vinalopó y de la Comunidad Valenciana (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Alicante (2016), INE (2016) e IVE (2016)

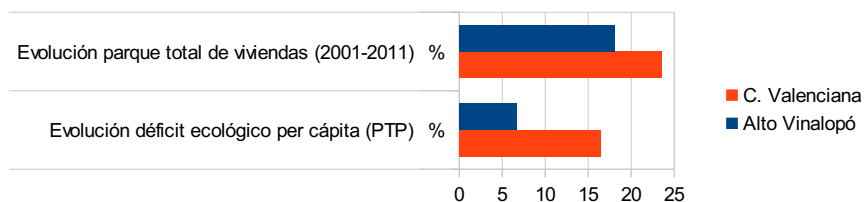
FIGURA 78
Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Alto Vinalopó y la Comunidad Valenciana (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Alicante (2016), INE (2016) e IVE (2016)

A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 79), la comarca en este periodo ha tenido un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de la Comunidad Autónoma y también se ha producido un menor aumento porcentual del parque total de viviendas, por lo que la presión ejercida sobre el medio ambiente ha sido menor en la comarca.

FIGURA 79
Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Alto Vinalopó y la Comunidad Valenciana (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Alicante (2016), INE (2016) e IVE (2016)

La comarca como destino turístico ha incrementado ligeramente su oferta de plazas hoteleras a pesar de aumentar su grado de ocupación; al contrario de lo que ha ocurrido en el caso del turismo rural. También destaca la disminución del gasto diario medio de los turistas. En cuanto a su resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto a la comarca el cambio de su estructura demográfica. Asimismo, las relaciones entre los agentes locales relacionados con la promoción y desarrollo de las fiestas de Moros y Cristianos son estables, consolidadas y normativas. Finalmente, en relación con la resiliencia medioambiental, aunque el déficit ecológico per cápita de la comarca es aceptable, lo mismo que la calidad del aire, el consumo de energía y la generación de residuos urbanos, el aumento del consumo de agua para usos domésticos en estos últimos años es negativo, al igual que el grado de crecimiento del citado déficit ecológico. Asimismo, el porcentaje de suelo comprometido para urbanización es bastante superior al de otras comarcas valencianas de interior y la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano también es bastante alta. Por ello, aunque la comarca presenta una resiliencia aceptable en líneas generales como destino turístico, el control medioambiental, la mejora de la oferta hotelera y la consolidación de unos tipos de turismo diversificados son los factores más destacables a mejorar en los próximos años.

5.2.3. Resiliencia del turismo de fiestas de Moros y Cristianos en la comarca

Las fiestas de Moros y Cristianos se ofrecen en el año 2016 en seis localidades de la comarca, cuya la población censada (PC grupo) se ha reducido un 1,92% en los últimos cinco años, mientras que la de la población total (PTP grupo) lo ha hecho un 1,84% (Diputación de Alicante, 2016).

En la comarca hay 19 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico, aunque setenta y cuatro empresas también dan soporte económico y/o social a estas fiestas. En cuanto a los alojamientos turísticos en el conjunto de municipios de la comarca donde se ofrece este tipo de turismo por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo), en el 2016 había una disponibilidad de 10 plazas hoteleras y otras 10 de turismo rural, siendo inexistentes las de acampada (Diputación de Alicante, 2016; IVE, 2016). Asimismo, en internet hay 20 webs de la comarca (revistas digitales, ayuntamientos, portales dedicados al turismo local) donde se promociona este producto.

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en estos municipios (PTE grupo) se ha reducido un 1,65% en el período 2010-2014, aunque son solamente el 27,67% de la población total allí presente (PTP grupo). Además, se trata de un evento que provoca una gran concentración de visitas, ya que se celebra una sola vez al año.

Respecto a los impactos socioculturales, la población turística (PTE grupo) es bastante inferior a la población censada (PC grupo), con una relación entre ambas magnitudes de 0,38. Asimismo, la presencia de segundas residencias en dichos municipios también es muy baja, siendo 0,24 la relación entre ellas y las primeras viviendas. Por ello, el impacto en este ámbito es bajo. Sin embargo, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es alto, ya que la valoración media es de 4 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, todos estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, los accesos son correctos y hay suficientes plazas de aparcamiento disponibles.

Así pues, nos encontramos ante un clúster formado alrededor de las fiestas de Moros y Cristianos que se encuentra en una fase muy desarrollada, con una relación consolidada entre los agentes relacionados con este producto (organismos públicos, asociaciones locales, organismos empresariales, instituciones de investigación, hoteles, restaurantes, comercios y empresas locales). Su sostenibilidad sociocultural es alta, así como la medioambiental. Sin embargo, al tratarse de unos eventos muy estacionales su sostenibilidad económica es algo más frágil, ya que su equilibrio presupuestario depende en gran medida de las aportaciones públicas y privadas.

TABLA 94
Cuadro resumen de los resultados del Alto Vinalopó

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|----------------------------|---|
| | Económica | Media | Cierres de empresas |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Alta tasa de paro |
| | Medio-ambiental | Alta | |
| | Económica | Media | La fuerte atracción turística de las poblaciones de la costa alicantina |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Alta | |
| | Económica | Media | Reducción de las aportaciones públicas y privadas |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | Convertirse en un parque temático |
| | Medio-ambiental | Alta | |

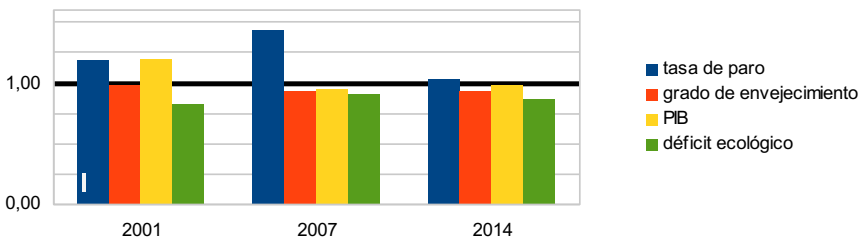
5.3. Anoia

Gemma Cànoves

5.3.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los resultados presentados en el Anexo 2, en la Figura 80 se pueden apreciar los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. La comarca tenía en 2001 una sensibilidad peor que el conjunto de Catalunya en los ámbitos económico (su PIB per cápita era inferior) y social (el índice de sensibilidad de su tasa de paro era superior y el del grado de envejecimiento era similar). Sin embargo, últimamente esta anomalía se ha revertido y en 2014 sólo el índice de sensibilidad de la tasa de paro es ligeramente superior al de Catalunya. Así pues, nos encontramos ante una comarca con una resiliencia territorial que ha ido mejorando en estos años y que ya es ligeramente mejor que el de la Comunidad Autónoma, aunque sería deseable que mejorase algo más su productividad y redujese su tasa de paro.

FIGURA 80
Índices de sensibilidad territorial de la Anoia



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

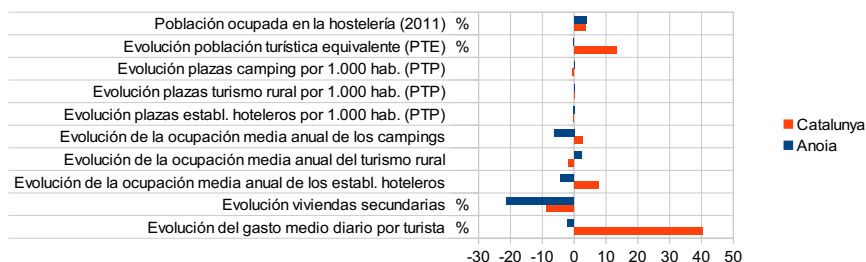
5.3.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con los análisis del Anexo 2, la comarca ha reducido su población y actualmente presenta un importante cambio en su estructura de edades. Asimismo, el parque total de viviendas ha aumentado, muy especialmente las primeras residencias. Además, en estos últimos años la comarca ha mantenido el porcentaje de empresas industriales a pesar de la crisis; han aumentado las empresas de servicios y se ha incrementado la renta familiar bruta disponible (RFBD) de la población, aunque el PIB comarcal es inferior a la media catalana y la tasa de paro es similar. Por otra parte, su déficit ecológico es parecido al de la media de las comarcas del interior de Catalunya.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de

Catalunya. Así, en el ámbito económico (Figura 81) puede apreciarse como la comarca ha presentado una mejor evolución en este periodo en el grado de ocupación del turismo rural. Por el contrario, ha presentado una evolución significativamente peor en el gasto medio diario por turista, el número de viviendas secundarias, la población turística equivalente (PTE) y el grado de ocupación hotelera y de los campings.

FIGURA 81
Comparación de la evolución de las variables económicas de Anoia y de Catalunya (2010-2014)



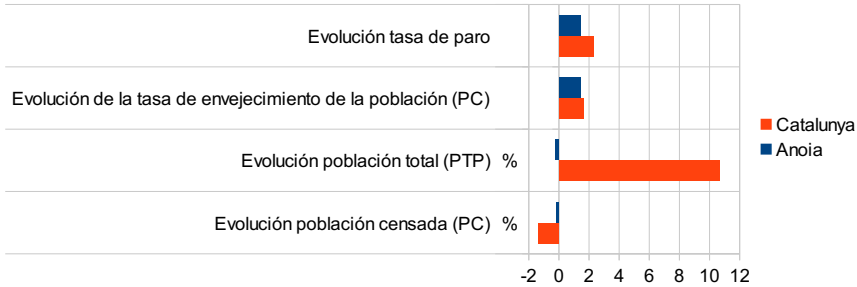
Fuente: elaboración propia a partir de DIBA (2016) e IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 82), la comarca presenta una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje, lo que redonda en una menor presión sobre este territorio, aunque también ha tenido un mayor aumento porcentual de su población permanente (PC). Además, han aumentado las plazas disponibles de turismo rural y de camping por cada 1.000 turistas recibidos, aunque la ocupación de los establecimientos hoteleros y de acampada ha disminuido. También destaca la reducción del gasto diario medio de los turistas. En relación con el ámbito medioambiental (Figura 83), la comarca ha tenido en este periodo un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Catalunya, aunque también se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas.

En cuanto a su resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto a la comarca el cambio estructural de la población fija. A nivel relacional, a pesar de generarse relaciones sociales entre los agentes locales para la promoción de este tipo de turismo, todavía no se han generado relaciones estables ni normativas entre ellos.

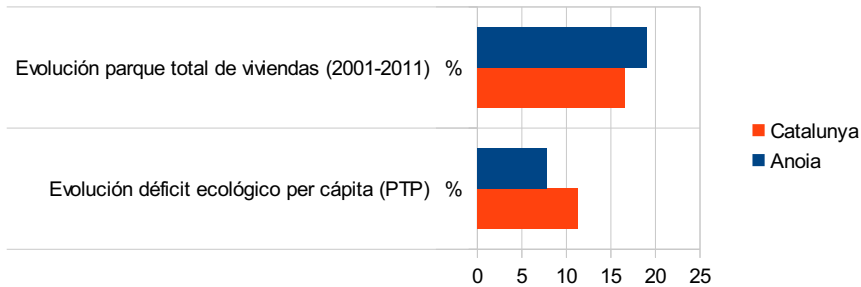
En relación a la resiliencia medioambiental de la comarca, aunque la calidad del aire es aceptable, así como su déficit ecológico per cápita, el consumo de energía y la generación de residuos urbanos, sin embargo el aumento del consumo de agua para usos domésticos en estos últimos años es negativo, al igual que el crecimiento del citado déficit ecológico. Además, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es superior al de otras comarcas catalanas de interior y la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano también es bastante alta.

FIGURA 82
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de Anoia y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

FIGURA 83
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de Anoia y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Por ello, aunque la comarca presenta en líneas generales una resiliencia aceptable como destino turístico, el control del aspecto medioambiental y la mejora de las relaciones sociales entre los agentes relacionados con este producto turístico son los factores más destacables a mejorar en los próximos años.

5.3.3. Sostenibilidad del clúster del «geocaching»

El «geocaching» es una actividad turística que se ofrece en el año 2016 en 24 instalaciones de la comarca, cuya señalización y accesibilidad son relativamente

bajas. Esta oferta está localizada solamente en 9 municipios que en conjunto tuvieron en 2014 unos ingresos municipales per cápita de 1.326,56 euros/hab., con unas inversiones per cápita de 533,07 euros/hab., recibiendo solamente el 4,83% de la población total de la comarca (PTP) y donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido regresiva (-2,19%), al igual que ha ocurrido con la población total (PTP grupo) (-2,13%) (IDESCAT, 2016; MUNICAT, 2016).

Según la encuesta realizada, en la comarca hay 15 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico, predominando once agentes públicos. Asimismo, hay una oferta de 19 plazas hoteleras y 70 de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de estos municipios (IDESCAT, 2016).

Además, hay 14 webs comarcales en internet donde se promociona este producto turístico, de las que cuatro eran turísticas, otras cuatro eran directamente de los ayuntamientos y las seis restantes pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) tiene una estacionalidad media y se ha reducido un 1,96% en el período 2010-2014. Por otra parte, en 2014, entre los tres establecimientos con más visitas que ofertan este producto turístico en la comarca se recibieron solamente 2.000 personas.

Respecto a los impactos socioculturales, hay que tener en cuenta que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes y la población turística allí presente (PTE grupo) es bastante inferior a la población censada (PC grupo). Asimismo la presencia de segundas residencias en dichos municipios también es muy baja. Sin embargo, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es alto, ya que su valoración media es de 4,40 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, solamente el 27,78% de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible. Además, el grado de preservación de estas instalaciones turísticas también es bajo,

Así pues, nos encontramos ante un clúster alrededor del «geocaching» que se encuentra en una fase bastante inicial de desarrollo, aunque las instalaciones que ofrecen este producto tienen una buena relación con los agentes públicos, aunque no está normalizada, y es prácticamente nula con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es alta, así como la medioambiental. Sin embargo, la económica es muy frágil, con un número de visitantes y de ingresos muy bajos.

TABLA 95
Cuadro resumen de los resultados de la Anioia

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|----------------------------|---|
| | Económica | Media | PIB un poco bajo No mejorar la productividad |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Alta tasa de paro Cambios en la estructura demográfica |
| | Medio-ambiental | Alta | Crecimiento excesivo del déficit ecológico |
| | Económica | Media | No mejorar el grado de ocupación de los alojamientos turísticos |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Media | No crear relaciones estables entre los agentes locales |
| | Medio-ambiental | Media | Crecimiento excesivo del consumo de agua para usos domésticos |
| | Económica | Baja | Pocos visitantes y pocos ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Alta | No mejorar las infraestructuras e instalaciones |

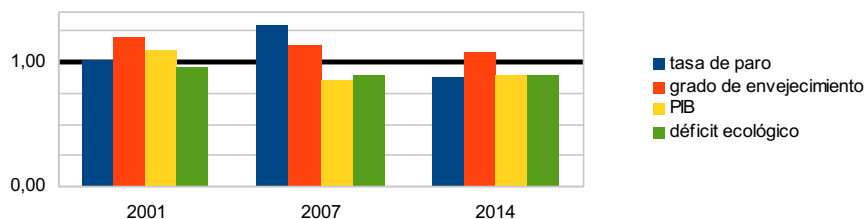
5.4. El Bages

Gemma Cànoves

5.4.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los resultados analizados en el Anexo 2, en la Figura 84 se muestran los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados, pudiéndose observar que en el año 2001 los índices de sensibilidad social eran peores que los de Catalunya, mientras que los de sensibilidad económica y medioambiental eran muy similares al de dicha Comunidad Autónoma. Posteriormente, en el 2007 los índices de sensibilidad social de la comarca fueron mucho peores que los de Catalunya. Sin embargo, en 2014, sólo es peor el índice del grado de envejecimiento. Así pues, nos encontramos ante una comarca con una buena resiliencia medioambiental y económica, y media en el ámbito social, aunque en este último caso la tendencia parece que es bastante positiva.

FIGURA 84
Índices de sensibilidad territorial del Bages



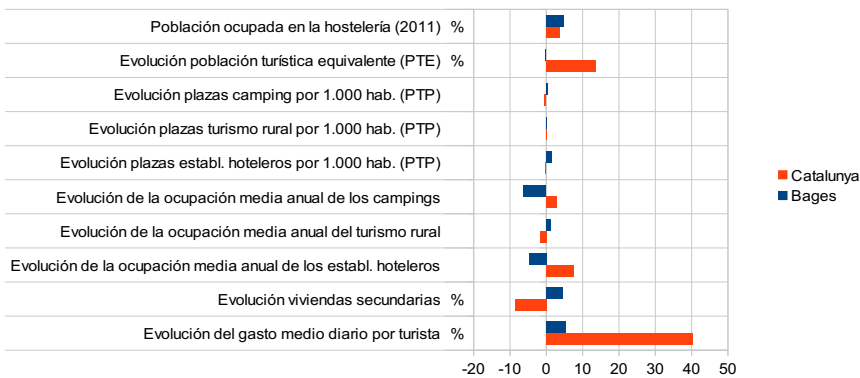
Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

5.4.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis de los resultados presentados en el Anexo 2, nos encontramos ante una comarca con una población en ligero descenso y en fase de rejuvenecimiento. Por otra parte, se ha incrementado su renta familiar bruta disponible (RFBD), aunque se ha perdido poder adquisitivo y la productividad (el PIB comarcal) es inferior a la media catalana. Es destacable el aumento del parque de viviendas, especialmente las segundas residencias, aunque éstas todavía representan un porcentaje pequeño en el total de la comarca. Asimismo, en estos últimos años se ha mantenido el porcentaje de empresas industriales a pesar de la crisis y también han aumentado las empresas de servicios. A nivel medioambiental, su bioproductividad es baja y su déficit ecológico es superior a la media de las comarcas del interior de Catalunya, con un importante incremento en estos últimos años.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Catalunya. Así, en el ámbito económico (Figura 85) puede apreciarse como la comarca ha tenido un aumento de las viviendas secundarias. Lo mismo ha ocurrido con la población ocupada en la hostelería y con el grado de ocupación del turismo rural. Por el contrario, ha presentado una evolución menor en el gasto medio diario por turista, la población turística equivalente y las plazas hoteleras por cada 1.000 personas de la población total (PTP). Asimismo, la evolución ha sido negativa en el grado de ocupación media anual de los hoteles y campings.

FIGURA 85
Comparación de la evolución de las variables económicas del Bages y de Catalunya (2010-2014)

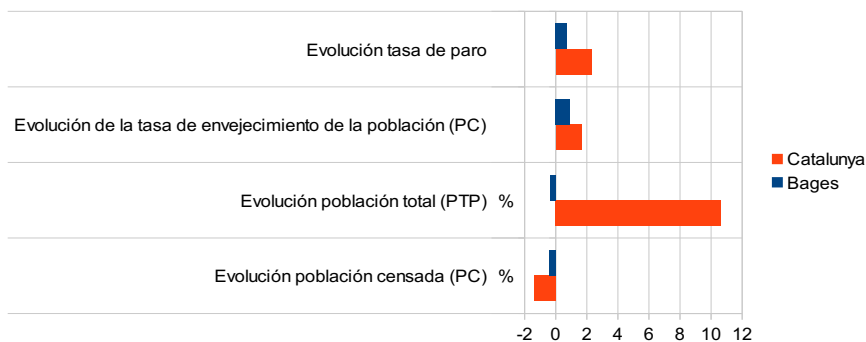


Fuente: elaboración propia a partir de DIBA (2016) e IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 86), la comarca ha presentado una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje mucho más que en el caso de la Comunidad Autónoma, lo que redundará en una menor presión sobre este territorio, aunque también ha sufrido un mayor aumento porcentual de su población permanente. A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 87), el destino ha tenido en este periodo un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de la Comunidad Autónoma, aunque se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas.

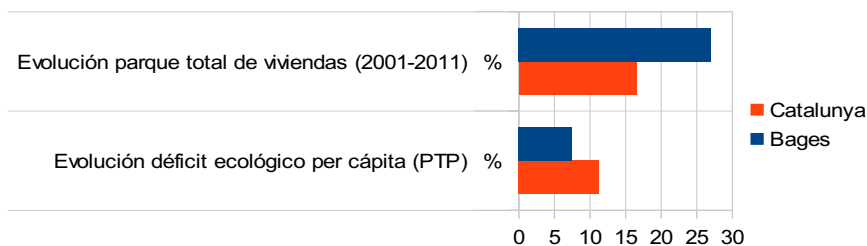
Se trata de un destino turístico con menos plazas hoteleras, de turismo rural y de camping que la media catalana, aunque en estos últimos años ha aumentado su oferta en todas sus tipologías. La relativamente poca importancia del turismo en la comarca queda reflejada en el bajo porcentaje de población dedicada a la hostelería. Además, la ocupación de los establecimientos hoteleros y de acampada ha disminuido, mientras que ha aumentado ligeramente la del turismo rural. Sin embargo destaca el incremento del gasto diario medio de los turistas.

FIGURA 86
Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Bages y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

FIGURA 87
Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Bages y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

En cuanto al ámbito sociocultural, la resiliencia de este destino dependerá de cómo le afecte el cambio estructural de la población fija y el previsible aumento de segundos residentes en el futuro. A nivel relacional se han establecido relaciones estables, aunque no normativas, entre los agentes locales para la promoción del turismo religioso.

Respecto al ámbito medioambiental, el destino presenta algunos aspectos a mejorar en el futuro, ya que siendo positivas la disminución del consumo de energía y de generación de residuos urbanos, el aumento del consumo de agua para usos domésticos todavía es un factor negativo a tener en cuenta, al igual que el crecimiento del déficit ecológico. Además, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es superior al de otras comarcas catalanas de interior y la

cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano es bastante alta. Otro factor a tener en cuenta es la alta concentración de visitas en Montserrat.

Todo ello permite considerar que, en conjunto, los aspectos económico y medioambiental son los elementos más destacables a mejorar a corto plazo en este destino turístico, sobre todo si siguen aumentando tanto el turismo como las segundas residencias y se desea una menor dependencia de las visitas a Montserrat.

5.4.3. Sostenibilidad del clúster del turismo religioso

El turismo religioso se ofrece en el año 2016 en cinco establecimientos de la comarca, con una señalización y accesibilidad medias. Esta oferta está localizada solamente en dos municipios que recibieron el 42,34% de la población total de la comarca (PTP) y donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido ligeramente regresiva, al igual que ha ocurrido con su población total (IDESCAT, 2016; MUNICAT, 2016).

En la comarca, hay 15 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico, predominando las instituciones de investigación y los agentes públicos. Asimismo, por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en estos dos municipios hay 10 plazas disponibles de hoteles y otras 10 de camping, y no hay plazas de turismo rural (IDESCAT, 2016). Además, hay 14 webs comarcales en internet donde se promociona este producto turístico; de las que cuatro eran turísticas, una era directamente de los ayuntamientos y nueve pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en estos (PTE grupo) se ha reducido un 1,31% en el período 2010-2014, aunque estos turistas son solamente el 27,72% de su población total (PTP grupo), siendo baja su estacionalidad. Además, en 2014 entre los tres establecimientos con más visitas que ofertan este producto turístico en la comarca se recibieron 2.362.519 personas, destacando en este aspecto Montserrat, que recibe la mayoría de las visitas.

Sobre los impactos socioculturales, hay que tener en cuenta que, aunque en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos, el Monasterio de Montserrat y la propia montaña son un importante foco de atracción de visitantes. Asimismo, la presencia de segundas residencias en estos municipios es bastante baja. Por otra parte, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es bastante alto, ya que su valoración media es de 3,67 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, la totalidad de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, con una accesibilidad media de las instalaciones que ofrecen dicho producto, lo mismo que su grado de mantenimiento, aunque con suficientes plazas de aparcamiento disponibles.

Nos encontramos ante un clúster vinculado al turismo religioso que se encuentra en una fase avanzada de desarrollo, donde los establecimientos que ofrecen este producto tienen una buena relación con los agentes públicos, hoteles, restaurantes y comercios locales.

Su sostenibilidad sociocultural es alta, mientras que la medioambiental y la económica son medias, ya que el alto número de visitantes se concentra en Montserrat, por lo que algunas de las restantes instalaciones que ofrecen este producto necesitan subvenciones para su mantenimiento.

TABLA 96
Cuadro resumen de los resultados del Bages

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Alta | No mejorar el PIB No mejorar la productividad |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Grado de envejecimiento de la población |
| | Medio-ambiental | Alta | Crecimiento excesivo del déficit ecológico |
| | Económica | Media | Pocas plazas de alojamiento turístico |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | Excesivo aumento de segundos residentes |
| | Medio-ambiental | Media | Crecimiento del consumo de agua para usos domésticos |
| | Económica | Media | Distribución muy asimétrica de visitantes e ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | Teatralización de la visita a Montserrat |
| | Medio-ambiental | Media | Excesiva concentración de visitas en Montserrat |

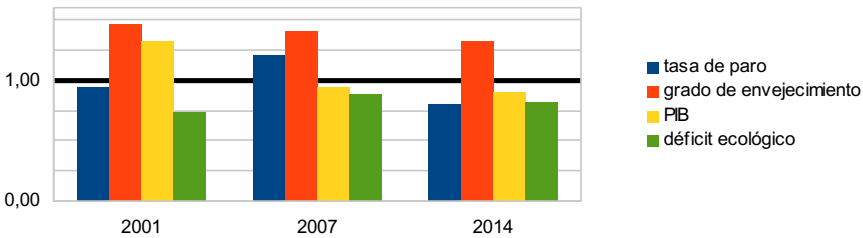
5.5. El Berguedà

José M^a Prat

5.5.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los datos presentados en el Anexo 2, en la Figura 88 se muestran los resultados de los índices de sensibilidad territorial (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. Podemos apreciar que los índices eran peores que los del conjunto de Catalunya en el ámbito económico (un PIB per cápita peor) y social (superior tasa de envejecimiento y mayor tasa de paro al inicio de la crisis)³. Así pues, nos encontramos ante una comarca con una buena resiliencia medioambiental y cada vez mejor en el aspecto económico, pero no así en el ámbito social, debido al envejecimiento de la población permanente.

FIGURA 88
Índices de sensibilidad territorial del Berguedà



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

5.5.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

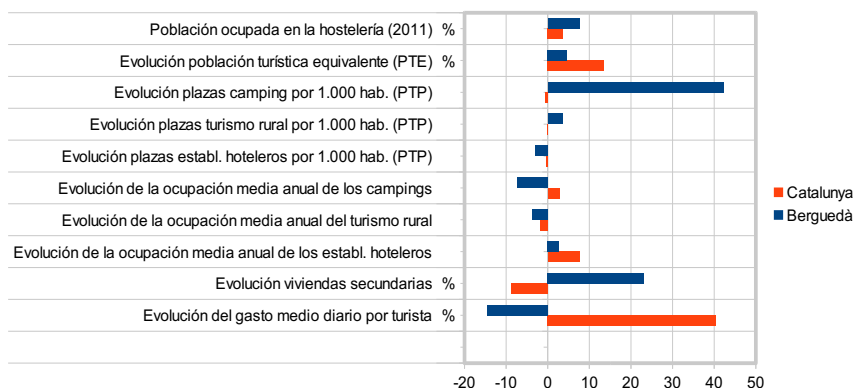
Continuando con el análisis de los resultados presentados en el Anexo 2, destaca que la comarca como destino turístico ha reducido el número de sus plazas hoteleras por cada 1.000 habitantes totales (PTP), mientras que en el caso del turismo rural y los campings se ha producido el fenómeno contrario. Asimismo, ha disminuido el gasto diario de los turistas. En cuanto a la resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto a la comarca la disminución de la población estable, el cambio estructural demográfico y el aumento de la población turística, especialmente los segundos residentes. A nivel relacional se han establecido convenios estables entre los agentes locales para la promoción

3. Esta última situación se ha revertido en estos últimos años.

del turismo industrial como ayuda al desarrollo económico de una comarca muy afectada por la deslocalización de algunas actividades productivas y que apuesta decididamente por el turismo como revulsivo, con unas relaciones sociales generadas que son estables y están consolidadas. Respecto a la resiliencia medioambiental, el territorio tiene una baja bioproductividad per cápita, aunque su déficit ecológico en valor absoluto es aceptable y también se aprecia una mejora en la percepción oficial sobre la conservación medioambiental. Sin embargo, en este ámbito presenta algunos aspectos a mejorar en el futuro, ya que siendo positivos su nivel de consumo de agua para usos domésticos y la baja generación de residuos urbanos, así como la disminución del alto consumo de energía para usos domésticos, el aumento del consumo de agua en estos últimos años es un factor negativo a tener en cuenta, al igual que el crecimiento del déficit ecológico.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca con las de Catalunya como destino turístico. Así, en el ámbito económico (Figura 89) puede apreciarse como la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en el número de viviendas secundarias, la población ocupada en la hostelería y las plazas de turismo rural y de camping existentes por cada 1.000 personas de la población total (PTP). Contrariamente, ha presentado una evolución negativa en el gasto medio diario por turista, la ocupación media anual de turismo rural y campings, así como de las plazas hoteleras por cada 1.000 personas de la población total (PTP), y menor que la de la Comunidad Autónoma en el caso de la población turística equivalente y el grado de ocupación media anual de los hoteles.

FIGURA 89
Comparación de la evolución de las variables económicas del Berguedà y de Catalunya (2010-2014)

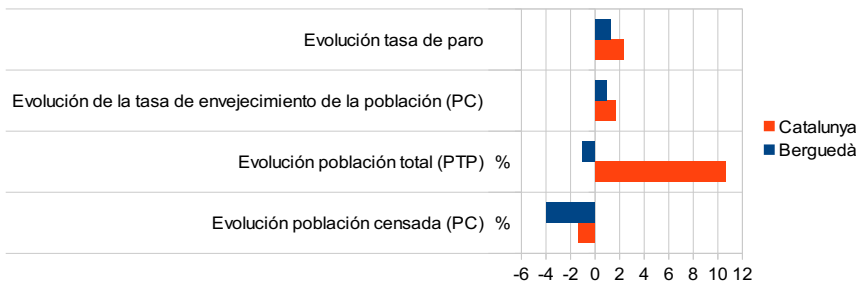


Fuente: elaboración propia a partir de DIBA (2016) e IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 90), la comarca ha presentado una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje, lo que redonda en una menor presión sobre un territorio que también ha sufrido una reducción porcentual de su población permanente.

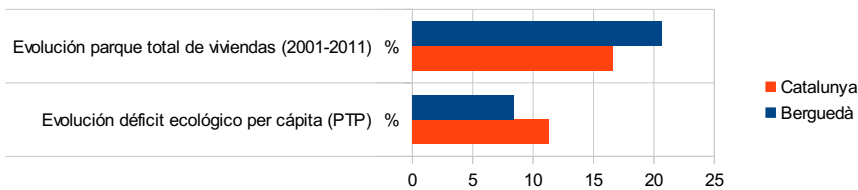
En relación al ámbito medioambiental (Figura 91), la comarca ha experimentado un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Catalunya. Asimismo, el parque total de viviendas ha aumentado porcentualmente más que el global de Catalunya.

FIGURA 90
Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Berguedà y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

FIGURA 91
Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Berguedà y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

5.5.3. Sostenibilidad del clúster del turismo industrial

El producto turismo industrial se ofrece en el 2016 en 11 instalaciones de la comarca, con una señalización y accesibilidad medias. Esta oferta está localizada

en seis municipios que en conjunto en 2014 recibieron el 30,07% de la población total de la comarca (PTP). Además, la población censada en estos municipios (PC grupo) en el período 2010-2014 se ha reducido un 4,15% y la población turística equivalente ha disminuido un 1,86% (IDESCAT, 2016).

En la comarca, según la encuesta, hay 16 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico en el año 2016. Asimismo, hay 25 webs de la comarca presentes en internet donde se promociona el turismo industrial, de las que doce eran turísticas, siete eran de los ayuntamientos y las otras seis pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

Asimismo, hay 30 plazas disponibles de hoteles, 10 de turismo rural y 110 de camping por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto (IDESCAT, 2016).

En cuanto a los indicadores de flujo turístico, además de la reducción de visitantes producida en estos últimos años, aunque éstos todavía son el 32,05% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo), hay que tener en cuenta que, en 2014, entre los tres establecimientos con más visitas que ofertan turismo industrial en la comarca se recibieron 48.642 visitantes.

Respecto a los impactos socioculturales, en los municipios del clúster no hay eventos significativos que atraigan muchos visitantes y la población turística allí presente (PTE grupo) es muy inferior a la población censada (PC grupo). Asimismo, la presencia de segundas residencias es muy baja. Sin embargo, el grado de satisfacción de los turistas con esta experiencia es muy alto, con una valoración media de 4,4 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, la totalidad de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, aunque la accesibilidad a las instalaciones que ofrecen dicho producto es media, con suficientes plazas de aparcamiento y algo más de la mitad se encuentran en buen estado de conservación.

Podemos afirmar que, nos encontramos ante un clúster alrededor del turismo industrial que todavía se encuentra en una fase de desarrollo incipiente, donde las instalaciones que ofrecen este producto tienen una buena relación con los agentes públicos pero sin conexión con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es alta, así como la medioambiental. Sin embargo, la económica es débil, ya que el número de visitantes y de ingresos es bajo, por lo que son necesarias importantes subvenciones para su mantenimiento y para el desarrollo de nuevas instalaciones alrededor del producto turístico.

TABLA 97
Cuadro resumen de los resultados del Berguedà

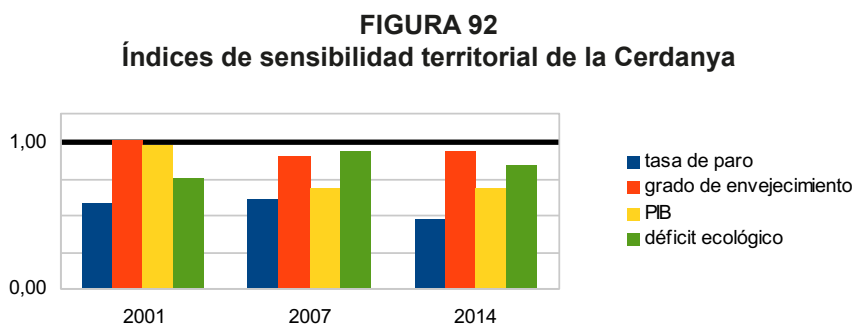
| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|----------------------------|--|
| | Económica | Media | No diversificar las actividades económicas |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Baja | Grado de envejecimiento de la población |
| | Medio-ambiental | Alta | Baja bioproductividad per cápita Excesivo crecimiento del déficit ecológico |
| | Económica | Media | Pocas plazas hoteleras |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Media | Aumento del consumo de agua para usos domésticos |
| | Económica | Media | Pocas visitas y pocos ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | Falta involucrar más agentes locales |
| | Medio-ambiental | Alta | |

5.6. La Cerdanya

José M^a Prat

5.6.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los datos analizados en el Anexo 2, en la Figura 92 se muestran los resultados de los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. En ella puede apreciarse como esta comarca tenía unos índices de sensibilidad mejores que el conjunto de Catalunya en todos los ámbitos. Así pues nos encontramos ante una comarca con una buena resiliencia territorial.



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

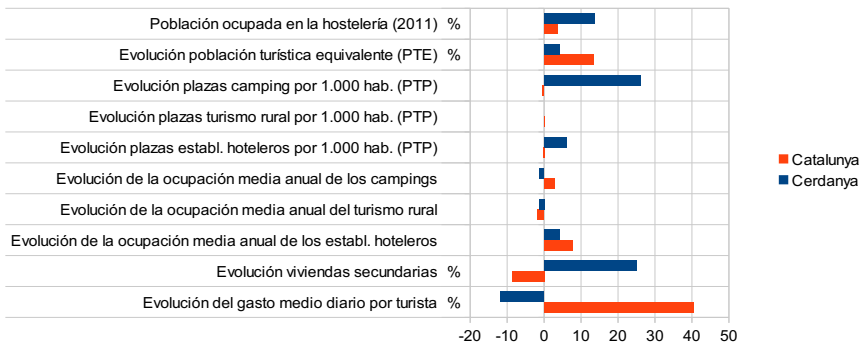
5.6.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Siguiendo con el análisis de los resultados presentado en el Anexo 2, puede observarse que se trata de una comarca cuya estructura demográfica se está modificando repetidamente en estos últimos años, produciéndose un rejuvenecimiento de la población fija y una reducción de su grado de envejecimiento y del índice de dependencia. Por otra parte, su PIB comarcal y la renta familiar bruta disponible (RFBD) per cápita son superiores a la media catalana, mientras que la tasa de paro es muy inferior. También se ha incrementado el número total de viviendas, especialmente las segundas residencias, se ha mantenido el bajo porcentaje de empresas industriales y han aumentado las empresas de servicios. A nivel medioambiental, hay que destacar que la bioproductividad per cápita es baja, aunque el déficit ecológico es inferior a la media del interior de Catalunya a pesar del auge del turismo y las segundas residencias en la comarca.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Catalunya. Así, en el ámbito económico (Figura 93) puede apreciarse como la

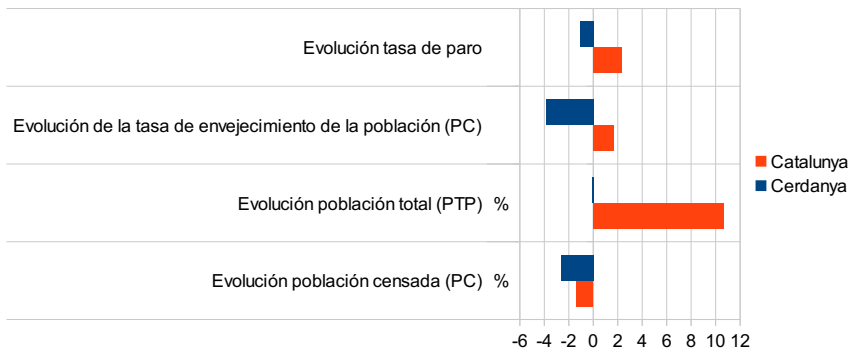
comarca ha presentado una evolución negativa en la ocupación media anual del turismo rural y de los campings. Asimismo, respecto a Catalunya muestra una mejor evolución durante este periodo en el número de viviendas secundarias, la población ocupada en la hostelería y las plazas hoteleras y de camping existentes por cada 1.000 personas de la población total (PTP). Por el contrario, ha presentado una evolución peor que el conjunto de Catalunya en el gasto medio diario por turista y la población turística equivalente (PTE). La oferta de plazas de turismo rural por 1.000 habitantes totales se ha mantenido constante.

FIGURA 93
Comparación de la evolución de las variables económicas de la Cerdanya y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputació de Girona (2016) e IDESCAT (2016)

FIGURA 94
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Cerdanya y de Catalunya (2010-2014)

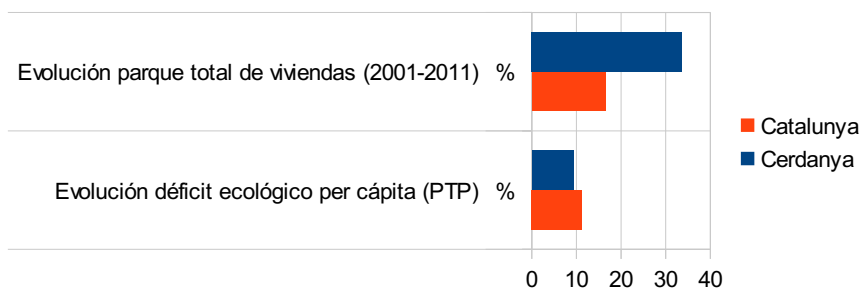


Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 94), la comarca en este período ha tenido una evolución porcentual negativa en población permanente (PC), en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada. Sin embargo, la población total presente en este destino (PTP) se ha mantenido constante.

En relación al ámbito medioambiental (Figura 95), la comarca ha tenido en este periodo un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de la Comunidad Autónoma, a pesar de que se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas allí existentes.

FIGURA 95
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la Cerdanya y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Así pues, se trata de un destino turístico que ha incrementado el número de plazas de los alojamientos turísticos, excepto en el caso del turismo rural donde se ha mantenido constante. Lo mismo ha ocurrido con el parque de segundas residencias. En este aspecto destaca el número quizá excesivo de plazas hoteleras y de camping disponibles por cada 1.000 habitantes de población total (PTP). Igualmente ha crecido la ocupación de los alojamientos hoteleros. Por el contrario, han disminuido ligeramente las plazas de turismo rural y de campings. También es destacable la importante reducción del gasto medio de los turistas. En cuanto a la sostenibilidad sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto a la comarca el cambio estructural de la población fija y el aumento de la población temporal respecto a la permanente, especialmente los residentes temporales que son cada vez más numerosos. A nivel relacional las relaciones son estables y no normativas entre los agentes locales involucrados en la promoción del turismo nocturno y del «après-esquí» como alternativa complementaria al esquí diurno y como ayuda al desarrollo económico de la comarca. Respecto a la resiliencia medioambiental, aunque el déficit ecológico per cápita de la comarca es aceptable, presenta algunos aspectos mejorables en el futuro, ya que el consumo de agua para usos domésticos y la generación de residuos urbanos son superiores a la media de

Catalunya. Sin embargo, son factores positivos la disminución del consumo de energía y la evolución de la generación de residuos urbanos en estos últimos años, mientras que el aumento del consumo de agua per cápita para usos domésticos es negativo, al igual que el crecimiento del déficit ecológico. Asimismo, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es inferior al de otras comarcas catalanas de interior, al igual que la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano.

Todo ello permite afirmar que el desarrollo turístico actual de este destino turístico debe realizarse teniendo muy en cuenta los aspectos medioambientales, especialmente ante el incesante aumento de las segundas residencias y de los turistas en general. El segundo aspecto a tener en cuenta es el económico, debido a la excesiva dependencia del turismo, ya que un alto porcentaje de su población permanente está dedicada a la hostelería y a los servicios relacionados con el turismo, especialmente las segundas residencias. Por ello sería prudente desarrollar también otras actividades económicas en la comarca, especialmente vinculadas a la industria agroalimentaria.

5.6.3. Sostenibilidad del clúster del «après-esquí» y del esquí nocturno

Según la encuesta realizada, este turismo se ofrece desde 2015 en dos únicas instalaciones de la comarca, con una accesibilidad media. Esta oferta está localizada solamente en tres municipios, que conjuntamente en 2014 tuvieron unos ingresos municipales per cápita de 1.296 euros/hab. Sin embargo, recibieron solamente el 10,60% de la población total de la comarca (PTP), además de que la evolución de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido regresiva (-3,88%), al igual que ha ocurrido con dicha población total (-1,38%). (Diputació de Girona, 2016; IDESCAT, 2016; MUNICAT, 2016).

En la comarca, la encuesta muestra que, hay 28 agentes locales relacionados directamente con el après-esquí; siendo 17 las asociaciones locales, seis las organizaciones empresariales y cinco los agentes públicos. También se han encontrado nueve webs de la comarca que promocionan el producto turístico en internet; de las que cuatro eran turísticas, dos eran directamente de los ayuntamientos y tres pertenecían a revistas digitales de la propia comarca. Asimismo, en la actualidad se cuenta con 960 plazas disponibles de hoteles y 30 de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto, con ninguna plaza de acampada (IDESCAT, 2016).

En cuanto a los indicadores de flujo turístico, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) ha crecido un 10,91% en el período 2010-2014, aunque dichos turistas solamente representan al 38,95% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo), siendo muy baja su estacionalidad. Además, en 2014, entre los dos establecimientos con más visitas que ofertan este producto turístico se recibieron 645.798 personas.

Respecto a los impactos socioculturales, en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean un importante foco

de atracción de visitantes y la población turística allí presente (PTE grupo) es inferior a la población censada (PC grupo). A su vez, la presencia de segundas residencias en dichos municipios es alta. Por otra parte, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es alto, con una valoración media de 3,61 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, ninguno de los municipios tiene una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, la accesibilidad es media y son suficientes las plazas de aparcamiento disponibles. Además, todas las instalaciones se encuentran en buen estado de conservación. El problema principal es que el cambio climático fuerce un consumo excesivo de agua para generar nieve artificial, imprescindible para las pistas.

Así pues nos encontramos ante un clúster alrededor del «après-esquí» y del turismo nocturno en una fase inicial de desarrollo, aunque existe una buena relación con los agentes públicos, así como con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Sus sostenibilidades sociocultural y medioambiental son bajas. En el primer caso, debido a que este turismo no tiene un objetivo marcadamente cultural. En el segundo caso, por el creciente riesgo de la falta de nieve y por la apertura de nuevas pistas, accesos e instalaciones. Sin embargo, la sostenibilidad económica es alta, dado el importante el número de visitantes recibidos.

TABLA 98
Cuadro resumen de los resultados de la Cerdanya

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|---|
| | Económica | Media | Excesiva dependencia del turismo |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Alta | Excesiva urbanización de la comarca |
| | Medio-ambiental | Alta | Baja bioproductividad Excesivo crecimiento del déficit ecológico |
| | Económica | Alta | Reducción del grado de ocupación de los alojamientos turísticos |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | Aumento de segundas residencias Cambios en la estructura demográfica |
| | Medio-ambiental | Media | Excesivo consumo de agua Elevada generación de residuos |
| | Económica | Alta | Competencia de otras estaciones de esquí cercanas |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Baja | Ausencia de producto cultural |
| | Medio-ambiental | Baja | Excesivo consumo de agua para generar nieve artificial |

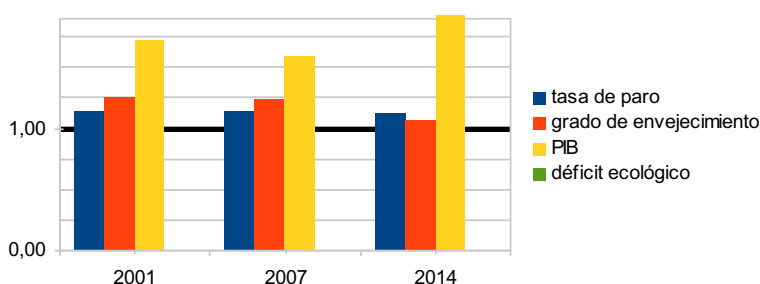
5.7. Jiloca

Asunción Blanco-Romero

5.7.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los datos analizados en el Anexo 2, en la Figura 96 se presentan los resultados de los índices de sensibilidad económica, social y medioambiental de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. Se aprecia como la comarca presentaba unos índices de sensibilidad peores que los del conjunto de Aragón en los ámbitos económico y sociocultural en estos años. Respecto al índice de sensibilidad medioambiental, hay que tener en cuenta que esta comarca en estos tres años siempre ha presentado un superávit ecológico, por lo que su déficit ecológico es nulo. Así pues, nos encontramos ante una comarca con una mala resiliencia territorial económica y social, aunque buena en el ámbito medioambiental.

FIGURA 96
Índices de sensibilidad territorial de la comarca de Jiloca



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Teruel (2016), IAEST (2016) e INE (2016)

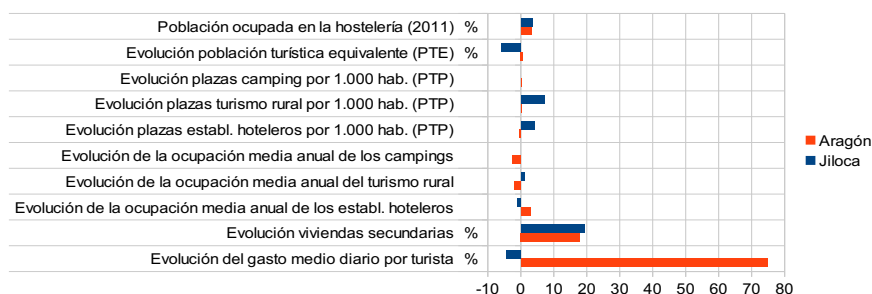
5.7.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis del Anexo 2, vemos una comarca con una población en creciente descenso y con un aumento de su grado de envejecimiento y de su índice de dependencia. Por contra, su alta bioproductividad per cápita la sitúan con superávit ecológico. Por otra parte, el PIB comarcal y la renta familiar bruta disponible (RFBD) per cápita son muy inferiores a la media aragonesa⁴ y la tasa de paro es superior, lo que explica la constante emigración de la comarca.

4. Sin embargo en estos últimos años la renta familiar disponible de la población se está incrementando.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de la Comunidad Autónoma a la que pertenece. Así, en el ámbito económico (Figura 97) puede apreciarse como la comarca ha presentado una evolución de la población ocupada en la hostelería ligeramente mejor que la de Aragón, siendo la diferencia más ostensible en el caso del número de viviendas secundarias, las plazas de alojamiento rural y de hotel por cada 1.000 personas de población total (PTP) y en el grado de ocupación del turismo rural y de los campings. Por el contrario, la evolución del grado de ocupación media anual de los hoteles ha sido peor. Asimismo, la comarca ha presentado una evolución negativa en el gasto medio diario por turista y en la población turística equivalente (PTE), mientras que la de las plazas de camping por cada 1.000 personas de población total ha sido similar a la de su Comunidad Autónoma.

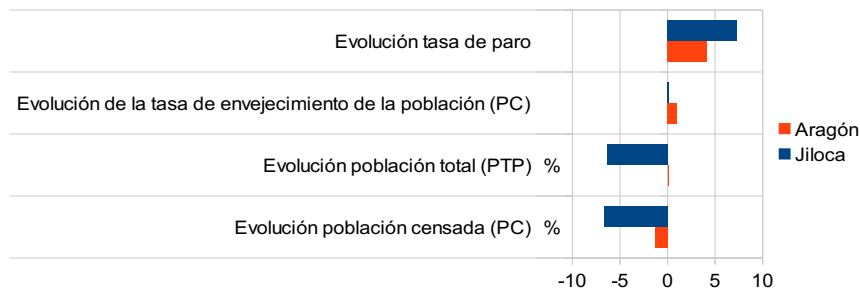
FIGURA 97
Comparación de la evolución de las variables económicas de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Teruel (2016) e IAEST (2016) y de los datos facilitados por la Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las tierras del Jiloca y Gallocanta (ADRI)

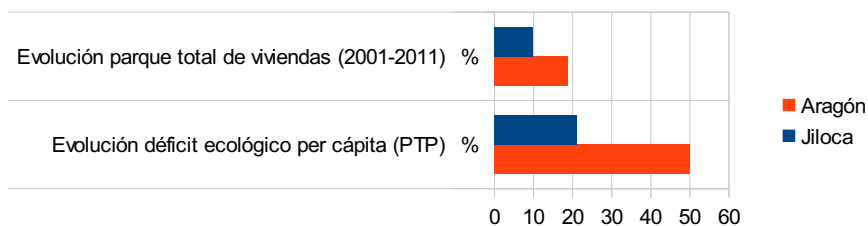
Respecto al ámbito sociocultural (Figura 98), la comarca presenta una evolución mejor que Aragón en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). A su vez, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje más que en el caso de la Comunidad Autónoma y también ha sufrido una mayor disminución porcentual de su población permanente. Sin embargo, la comarca ha evolucionado peor que Aragón en el crecimiento de la tasa de paro a lo largo de este período. Respecto al ámbito medioambiental (Figura 99), la comarca ha tenido en estos años un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Aragón, aunque ha tenido un aumento porcentual de su parque total de viviendas menor que el de Aragón.

FIGURA 98
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Teruel (2016) e IAEST (2016)

FIGURA 99
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la comarca del Jiloca y de Aragón (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Teruel (2016) e IAEST (2016) y de los datos facilitados por la Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las tierras del Jiloca y Gallocanta (ADRI)

La comarca es un destino turístico que ha aumentado el número de plazas hoteleras y de turismo rural, así como el parque total de viviendas. Sin embargo la ocupación hotelera ha disminuido, mientras que ha aumentado la del turismo rural. También se ha reducido ligeramente el gasto diario medio de los turistas. En cuanto a la resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo le afecte a la comarca la disminución de la población y el envejecimiento estructural demográfico. A nivel relacional no hay relaciones sociales estables ni normativas entre los agentes locales relacionados con la promoción y desarrollo de este tipo de turismo. Respecto a la resiliencia medioambiental, su déficit ecológico per cápita es nulo y no hay aumento del consumo de agua para usos domésticos en estos últimos. Sin embargo, se está produciendo una progresiva disminución de su superávit ecológico. Por

otra parte, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es mínimo y la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano es baja. Por ello la comarca presenta una resiliencia relativamente baja en los aspectos económico y sociocultural, mientras que es mejor en el medioambiental, con una buena calidad acústica y atmosférica y sin contaminación visual. En este contexto su principal reto como destino para los próximos años es mejorar su desarrollo turístico, diversificando la oferta y promocionándola. De este modo, si se revitaliza el destino económicamente, puede cambiarse la tendencia demográfica, reduciendo la sangría migratoria y rejuveneciendo la población permanente.

5.7.3. Resiliencia del turismo de las trincheras de la Guerra Civil en la comarca

Este tipo de turismo se ofrece desde el año 2015 en 12 instalaciones de la comarca, con una señalización y accesibilidad bajas. Esta oferta está localizada solamente en ocho municipios que recibieron solamente el 8,65% de la población total de la comarca (PTP) y donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido regresiva (-0,10%), lo mismo que la población total (PTP grupo), que también se ha reducido en el 0,10% (Diputación de Teruel, 2016; IAEST, 2016).

Según la encuesta, en la comarca hay 13 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico, de los que doce son agentes públicos. Además, se han encontrado 12 webs de la comarca que en internet promocionan este producto turístico; de las que cinco eran turísticas, dos eran directamente de los ayuntamientos y las otras cinco restantes pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

Asimismo, hay 50 plazas disponibles de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto, siendo nula la disponibilidad de plazas hoteleras y de acampada (IAEST, 2016).

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) se ha reducido el 10,18% en el período 2010-2014, siendo el 27,70% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo). Además, su grado de estacionalidad es medio.

Respecto a los impactos socioculturales hay que tener en cuenta que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes y la población turística allí presente (PTE grupo). Asimismo, la presencia de segundas residencias en dichos municipios es escasa. Por otra parte, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es medio, ya que se ha obtenido una valoración de 3,20 sobre 5. Todos los municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, con una accesibilidad media y pocas plazas de aparcamiento disponibles. Además, el grado de preservación de dichas instalaciones también es medio.

A nivel medioambiental, el destino tiene una buena resiliencia, con un bajo déficit ecológico, relativamente bajos consumos de agua y energía, una generación de residuos controlada y una limitada presión sobre el territorio.

Nos encontramos ante un clúster alrededor del turismo de las trincheras de la Guerra Civil que se encuentra en una fase muy inicial de su desarrollo, con una incipiente relación con los agentes públicos, siendo prácticamente nula con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Sin embargo, su sostenibilidad socio-cultural es alta, así como la medioambiental. No así la económica, necesitada de subvenciones para el mantenimiento de las instalaciones, personal adecuado para informar a los visitantes, realizar reparaciones, mejorar la señalización, hacer una amplia promoción del producto, preparar exposiciones, adaptar los locales y el material informativo.

TABLA 99
Cuadro resumen de los resultados de la comarca del Jiloca

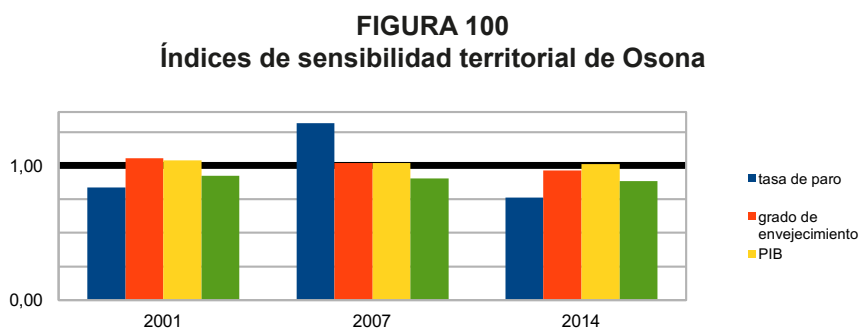
| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Baja | PIB per cápita excesivamente bajo Baja productividad |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Baja | Alta tasa de paro Excesivo envejecimiento de la población Excesivo aumento de la desigualdad de la renta entre clases sociales Excesiva disminución de la población |
| | Medio-ambiental | Medio | Aumento del déficit ecológico |
| | Económica | Baja | Excesiva reducción de turistas Reducción de la ocupación de los alojamientos turísticos |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Baja | No existen redes sociales entre los agentes locales Poca definición de los objetivos turísticos a desarrollar |
| | Medio-ambiental | Media | Aumento de segundas residencias Aumento del déficit ecológico |
| | Económica | Baja | Pocas visitas y pocos ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | No hay relaciones sociales entre los agentes involucrados con este turismo |
| | Medio-ambiental | Alta | |

5.8. Osona

José Antonio Corral

5.8.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los datos presentados en el Anexo 2, en la Figura 100 se muestran los resultados de los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años. Podemos constatar como actualmente la comarca presenta unos índices de sensibilidad mejores o similares a los de Catalunya en los tres ámbitos, mejorando especialmente el relativo a la tasa de paro en estos últimos años. Así pues, nos encontramos ante una comarca que muestra, una buena resiliencia territorial en todos sus ámbitos.



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

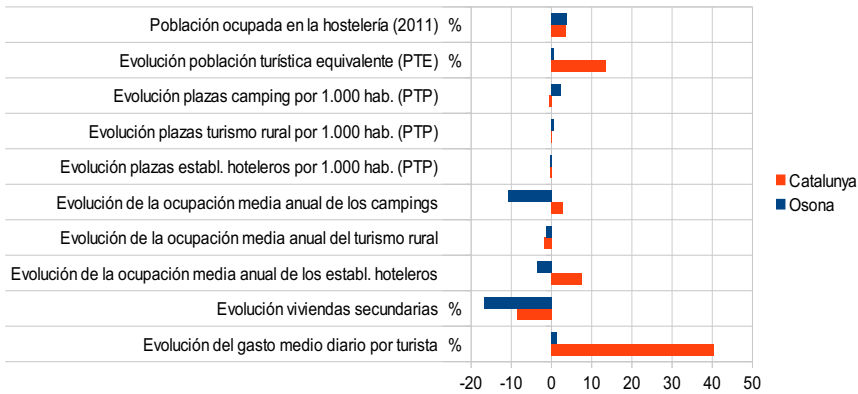
5.8.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis de los resultados presentados en el Anexo 2 puede observarse que la comarca está creciendo demográficamente, pero con un déficit ecológico superior al de Catalunya. Por otra parte, aunque su PIB comarcal es ligeramente inferior a la media catalana, se ha incrementado la renta familiar bruta disponible (RFBD) per cápita y su tasa de paro es muy inferior. Además, se ha mantenido el porcentaje de empresas industriales allí establecidas a pesar de la crisis y han aumentado las de servicios. Asimismo, ha aumentado el parque total de viviendas, fundamentalmente las residencias habituales.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Catalunya. Así, en el ámbito económico (Figura 101) apreciamos que la comarca ha presentado una evolución similar a la de Catalunya durante este periodo en la población ocupada en la hostelería y en las plazas disponibles de turismo rural y de hotel por cada 1.000 personas de la población total (PTP). En cambio, la evolución

de la comarca ha sido peor que la de la Comunidad Autónoma en el caso de la población turística equivalente (PTE) y en el gasto medio diario por turista, y mejor en las plazas de camping por cada 1.000 personas de la población total (PTP). Por otra parte, la evolución ha sido negativa en cuanto a la ocupación de los hoteles, turismo rural y camping, así como las viviendas secundarias.

FIGURA 101
Comparación de la evolución de las variables económicas en Osona y Catalunya (2010-2014)



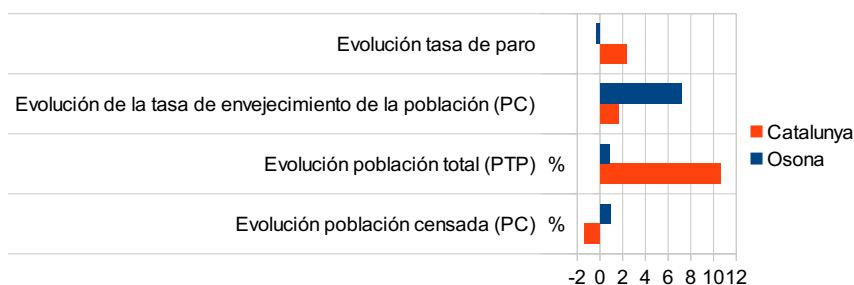
Fuente: elaboración propia a partir de DIBA (2016) e IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 102), la comarca ha tenido una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro. Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha aumentado en porcentaje mucho menos que en el caso de la Comunidad Autónoma, lo que redundará en una menor presión sobre este territorio, aunque también ha sufrido un mayor aumento porcentual de su población permanente (PC) y una mayor tasa de envejecimiento. A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 103), la comarca ha tenido en este periodo un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Catalunya, aunque también se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas allí existente.

Se trata de un destino turístico que ha aumentado el número de plazas de los alojamientos de turismo rural y de campings, aunque ha disminuido su grado de ocupación. Respecto a los alojamientos hoteleros, se han reducido sus plazas pero también el grado de ocupación. Sin embargo, el gasto medio diario medio de los turistas ha aumentado. En cuanto a la resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto a la comarca el cambio estructural de la población fija y el aumento de la población permanente, especialmente las personas que vienen de otras comarcas y/o países. También hay que considerar el progresivo envejecimiento de la población y su mayor grado de dependencia. Las relaciones sociales generadas entre los agentes locales involucrados con este turismo en la comarca

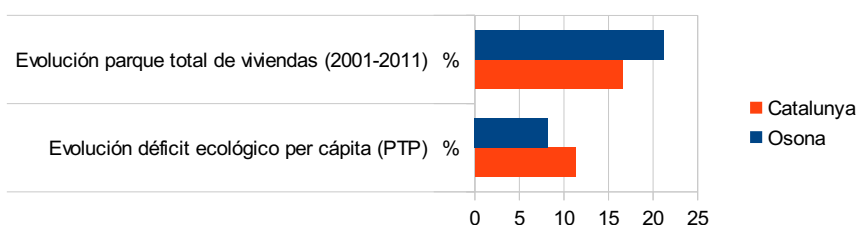
son estables y normativas. Respecto a la resiliencia medioambiental, su déficit ecológico per cápita es superior a la media catalana y está creciendo en estos últimos años, ya que la bioproduktividad de este territorio es bastante baja. Asimismo, el consumo de agua para usos domésticos es alto, y sigue aumentando, aunque el nivel de generación de residuos urbanos es inferior a la media de Catalunya, y sigue reduciéndose, al igual que ocurre con el consumo de energía. Además, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es superior al de la media de las comarcas catalanas, al igual que la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano. Todo ello permite afirmar que, aunque la comarca presenta una resiliencia aceptable en líneas generales como destino turístico, el ámbito medioambiental es el elemento más destacable a mejorar en los próximos años.

FIGURA 102
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de Osona y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

FIGURA 103
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de Osona y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

5.8.3. Sostenibilidad del clúster del Ecomuseo del Trigo en la comarca

El turismo alrededor de este clúster se ofrece en el año 2016 en siete establecimientos de la comarca, con una señalización y accesibilidad medias. Esta oferta está localizada en cuatro municipios que recibieron el 12,29% de la población total de la comarca (PTP) y donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido ligeramente positiva (IDESCAT, 2016; MUNICAT, 2016).

En la comarca, actúan 13 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico, predominando los agentes públicos. Asimismo, por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en estos dos municipios hay 10 plazas disponibles de hoteles, otras 10 de turismo rural y 100 de camping (IDESCAT, 2016). Además, hay 23 webs comarcales en internet donde se promociona este producto turístico, de las que cinco eran turísticas, otras once eran directamente de los ayuntamientos y las siete restantes pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

En relación a los indicadores de flujo turístico, según los datos de IDESCAT (2016), la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) se ha incrementado un 0,66% en el período 2010-2014, aunque estos turistas son solamente el 28,98% de la población total presente en dichos municipios (PTP grupo).

Respecto a los impactos socioculturales, hay que tener en cuenta que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes. Además, la población turística allí presente (PTE grupo) es bastante inferior a la población censada (PC grupo), ya que la relación entre ambas magnitudes es de 0,41. Análogamente, la presencia de segundas residencias en dichos municipios también es muy baja; siendo 0,08 la relación entre ellas y las primeras viviendas. Sin embargo, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es muy alto, con una valoración media de 4,25 sobre 5.

En relación a los impactos medioambientales, todos los municipios tienen una estrategia de desarrollo de turismo sostenible, y las carreteras de acceso a las instalaciones que ofrecen dicho producto tienen un grado de mantenimiento medio y hay suficientes plazas de aparcamiento disponibles. Además, el grado de preservación de dichas instalaciones es bueno, ya que el 85% se encuentran en buen estado de conservación.

Nos encontramos ante un clúster en una fase bastante inicial de desarrollo, aunque las instalaciones que ofrecen este producto tienen una buena relación con los agentes públicos, esta es prácticamente nula con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es muy alta, así como la medioambiental. Sin embargo, la económica es muy frágil, con un número de visitantes y de ingresos todavía muy bajos.

TABLA 100
Cuadro resumen de los resultados de Osona

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Alta | Reducción del PIB per cápita |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Alta | Aumento del índice de dependencia de la población |
| | Medio-ambiental | Alta | Excesivo aumento del déficit ecológico Excesivo aumento del consumo de agua |
| | Económica | Media | Disminución el grado de ocupación de los alojamientos turísticos |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Media | Cambios en la estructura demográfica Influencia de los inmigrantes Poca definición de los objetivos turísticos a desarrollar |
| | Medio-ambiental | Baja | Aumento del grado de contaminación visual y atmosférica Aumento del suelo comprometido a urbanización |
| | Económica | Baja | Pocos ingresos directos y excesiva dependencia de las subvenciones |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Alta | |

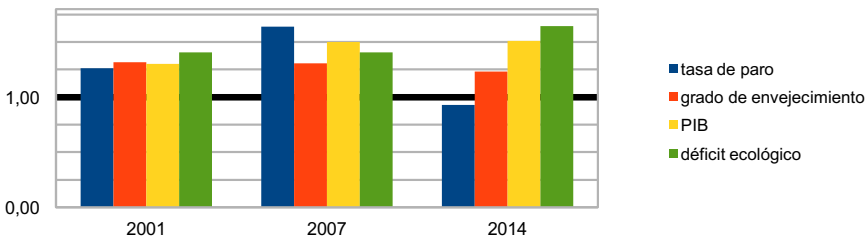
5.9. Ribeira Sacra

Elena De Uña
Montserrat Villarino

5.9.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los análisis realizados en el Anexo 2, en la Figura 104 se presentan los resultados de los índices de sensibilidad económica, social y medioambiental de la comarca para los tres años seleccionados. En ella puede apreciarse como en los años 2001 y 2007 la comarca ha presentado una sensibilidad territorial menor que la Comunidad Autónoma. En la actualidad mantiene unos índices de sensibilidad peores que el conjunto de Galicia en todos los ámbitos excepto en el social, donde su grado de sensibilidad al paro es más positivo. Así pues, nos encontramos ante una comarca con una baja resiliencia en sus ámbitos económico y social y una resiliencia medio-alta en el ámbito medioambiental, ya que a pesar de tener unos valores menores que la del conjunto de la Comunidad Autónoma, éstos todavía son muy inferiores a los de España.

FIGURA 104
Índices de sensibilidad territorial de la Ribeira Sacra



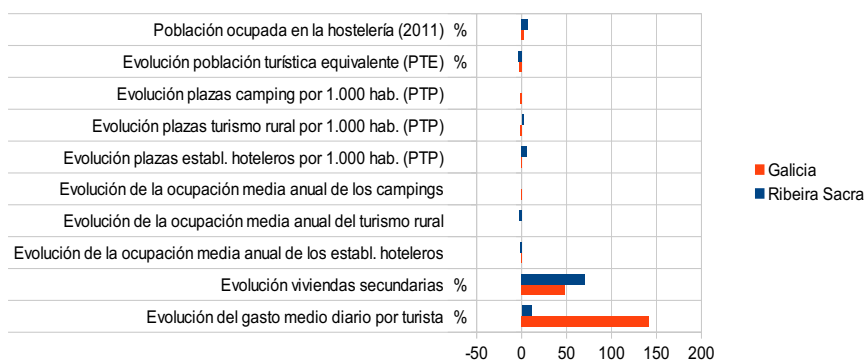
Fuente: elaboración propia a partir de IGE (2016) e INE (2016)

5.9.1. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis de los resultados presentados en el Anexo 2, se puede observar que se trata de un territorio que se encuentra en recesión demográfica con una renta familiar disponible, un PIB y una tasa de paro inferiores a la media de Galicia. Dicha renta familiar está creciendo paulatinamente, aunque está disminuyendo el porcentaje de empresas industriales allí instaladas. Asimismo, el nivel de productividad todavía es bajo. Por el contrario, se ha incrementado el parque total de viviendas, especialmente las segundas residencias.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de la Comunidad Autónoma. Así, en el ámbito económico (Figura 105) puede apreciarse como la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en el número de viviendas secundarias, la población ocupada en la hostelería y las plazas hoteleras por 1.000 habitantes de población total (PTP). Por el contrario, ha presentado una evolución peor que la de Galicia en el gasto medio diario por turista y en la población turística equivalente.

FIGURA 105
Comparación de la evolución de las variables económicas de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014)



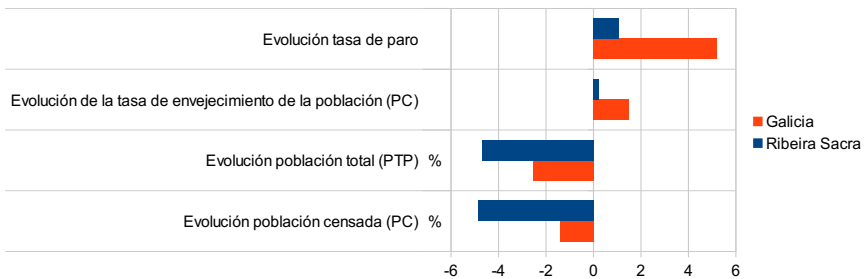
Fuente: elaboración propia a partir de IGE (2016) e INE (2016) y de los datos facilitados por las oficinas de turismo de Lugo y Ourense

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 106), la comarca presenta una evolución mucho mejor que Galicia en la tasa de paro. Lo mismo ha ocurrido en el caso de la tasa de envejecimiento de la población censada. Sin embargo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje mayor que en el caso de la Comunidad Autónoma, lo que redundará en una menor presión sociocultural sobre este territorio, aunque también ha sufrido una mayor disminución porcentual de su población permanente (PC). A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 107), la comarca ha tenido en estos años un crecimiento de su déficit ecológico algo inferior al de Galicia, presentando un aumento porcentual del parque total de viviendas ligeramente inferior al de la Comunidad Autónoma.

Así pues, en cuanto a la resiliencia de este destino turístico, en el ámbito económico se puede observar que el grado de ocupación de los hoteles y del turismo rural se ha reducido en los últimos años. Además, destaca el aumento del gasto diario medio de los turistas. A su vez la resiliencia sociocultural dependerá de cómo le afecte el descenso de población permanente y el cambio

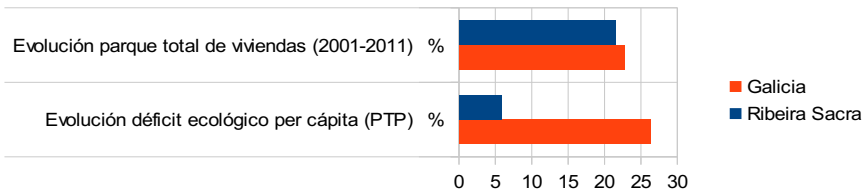
estructural demográfico, teniendo en cuenta su alta tasa de envejecimiento y el aumento del índice de dependencia de la población. A nivel relacional se han establecido relaciones normativas y estables entre los agentes locales relacionados con la promoción y desarrollo del turismo de naturaleza. Respecto a la resiliencia medioambiental, la calidad del aire es buena, así como son bajas la contaminación visual y la contaminación acústica. Además, su déficit ecológico per cápita es aceptable, así como el consumo de energía y agua para usos domésticos. También es reducido el suelo comprometido a urbanización. El principal peligro medioambiental es el alto riesgo de incendios forestales. Por ello, en conjunto, su grado de resiliencia como destino turístico es aceptable, excepto en el aspecto económico, donde es necesario desarrollar actividades alternativas, y en el demográfico, donde el turismo de naturaleza es una opción para retener y/o atraer población.

FIGURA 106
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IGE (2016)

FIGURA 107
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la Ribeira Sacra y de Galicia (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IGE (2016) e INE (2016)

5.9.3. Resiliencia del turismo de naturaleza en la comarca

Este turismo se ofrece en el año 2016 a través de 38 elementos de la comarca, localizados en nueve municipios. Según la encuesta, en la comarca hay 36 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico; de los que once son agentes públicos (ayuntamientos, etc.), doce asociaciones locales, doce organizaciones empresariales y una institución de investigación.

Asimismo, hay 100 plazas disponibles de hoteles y 20 de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto (IGE, 2016). Además, hay 15 webs comarcales que promocionan este producto turístico en internet.

En cuanto a los indicadores de flujo turístico, la población turística presente en estos municipios (PTE grupo) ha aumentado un 0,04% en el período 2010-2014, aunque sólo representa el 28,65% de su población total (PTP grupo).

Respecto a los impactos socioculturales destaca que en los municipios con presencia de este producto turístico se dan pocos eventos significativos como focos de atracción de visitantes, siendo la población turística allí presente (PTE grupo) inferior a la población censada (PC grupo). Además, hay un porcentaje similar de primeras y segundas residencias. Por otra parte, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir el producto es alto, con una valoración media de 4 sobre 5.

En el ámbito medio ambiental, la mayoría de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de turismo sostenible, siendo medio-alto el grado de preservación de las instalaciones turísticas de este clúster y media su accesibilidad.

Nos encontramos ante un clúster alrededor del turismo de naturaleza que se encuentra en una fase inicial de desarrollo, con una moderada relación con los agentes públicos, hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es alta, así como la medioambiental. No así la económica, aunque en los últimos años la mayor afluencia de visitantes y la puesta en marcha de proyectos relacionados con el turismo de la naturaleza presentan un horizonte positivo.

TABLA 101
Cuadro resumen de los resultados de la Ribeira Sacra

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Baja | Bajo PIB per cápita Baja productividad |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Aumento de la tasa de envejecimiento Alto índice de dependencia Aumento de la despoblación Aumento de la desigualdad de renta |
| | Medio-ambiental | Media | Aumento del déficit ecológico |
| | Económica | Media | Estancamiento de los visitantes Fluctuación en el grado de ocupación de los alojamientos turísticos |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Media | Riesgo de incendios |
| | Económica | Media | Variación estacional de los ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Alta | |

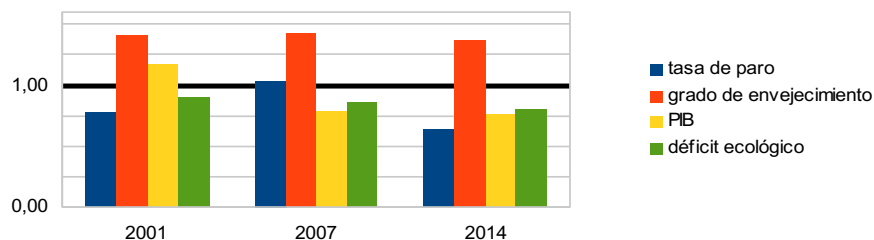
5.10. Ripollès

Asunción Blanco-Romero

5.10.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir del análisis presentado en el Anexo 2, en la Figura 108 se pueden observar los resultados de los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. Vemos como la comarca tiene unos índices de sensibilidad medioambiental mejores que el conjunto de Catalunya en todos estos años. En cambio su sensibilidad económica, que actualmente es mejor que la media catalana, era peor en 2001. Por su parte, la sensibilidad sociocultural muestra una gran disparidad, ya que el índice del grado de envejecimiento de la población es peor pero el índice de la tasa de paro es mejor. Así pues, nos encontramos ante una comarca que ahora presenta una buena resiliencia medioambiental y económica, pero incierta en el aspecto sociocultural.

FIGURA 108
Índices de sensibilidad territorial del Ripollès



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

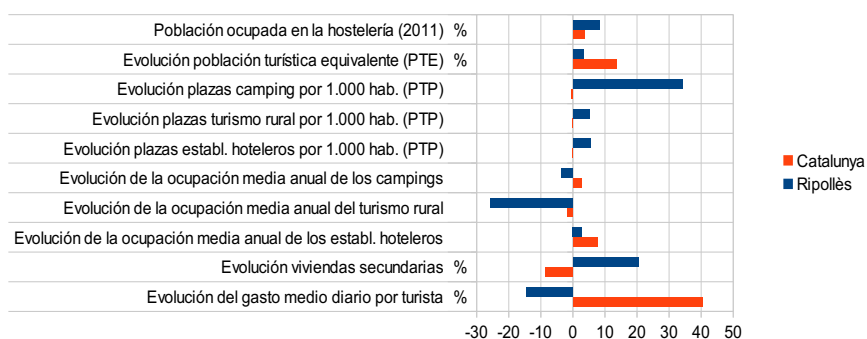
5.10.2. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis presentado en el Anexo 2, puede observarse que la comarca se encuentra en recesión demográfica y con un déficit ecológico inferior a la media de las comarcas del interior de Catalunya. Sin embargo, su PIB es similar a la media catalana y la tasa de paro es inferior. Por otra parte, la comarca ha mantenido su porcentaje de empresas industriales a pesar de la crisis, se ha incrementado la renta familiar bruta disponible (RFBD) y, asimismo, ha crecido el parque total de viviendas.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Catalunya. Así, en el ámbito económico (Figura 109) puede apreciarse como la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en el número

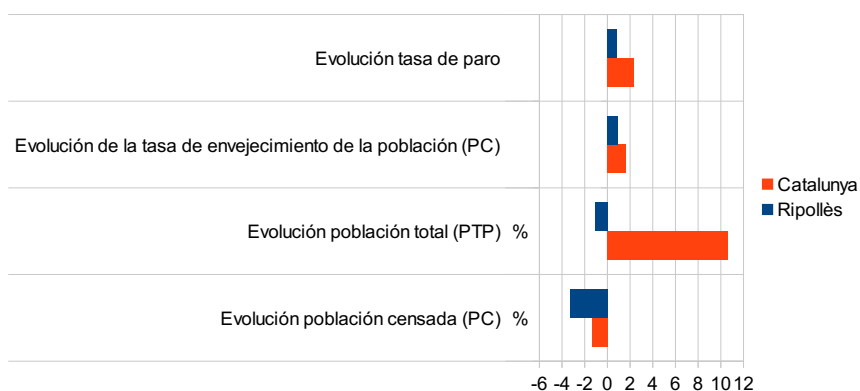
de viviendas secundarias, la población ocupada en la hostelería y las plazas de los diferentes tipos de alojamientos turísticos existentes por cada 1.000 personas de la población total (PTP). Por el contrario, ha presentado una evolución negativa en el gasto medio diario por turista, aunque en el conjunto de Cataluña este valor ha aumentado, y en el grado de ocupación del turismo rural y camping, mientras que en los hoteles, aunque positivo, ha sido inferior al de Catalunya. También ha sido peor la evolución de la comarca en la población turística equivalente (PTE).

FIGURA 109
Comparación de la evolución de las variables económicas del Ripollès y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputació de Girona (2016) e IDESCAT (2016)

FIGURA 110
Comparación de la evolución de las variables socioculturales del Ripollès y de Catalunya (2010-2014)

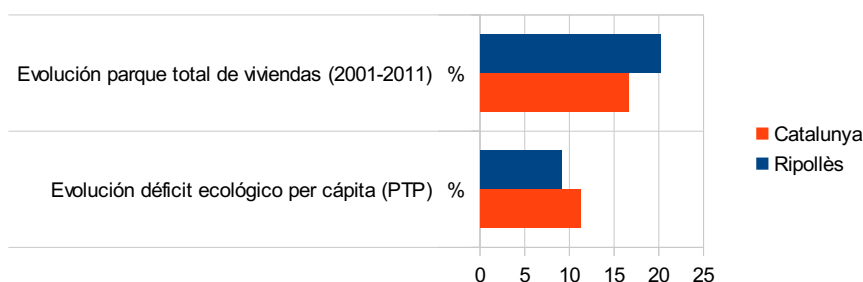


Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 110), la comarca ha tenido una evolución mejor que Catalunya en la tasa de paro y la tasa de envejecimiento de la población censada. Por otra parte, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje más que la de la Comunidad Autónoma, que ha aumentado, lo que redundará en una menor presión sobre el territorio, aunque también ha sufrido una mayor disminución porcentual de su población permanente (PC) respecto al conjunto de Catalunya.

Asimismo, en el ámbito medioambiental (Figura 111), la comarca ha tenido un crecimiento de su déficit ecológico inferior al de Catalunya, aunque se ha producido un mayor aumento porcentual del parque total de viviendas.

FIGURA 111
Comparación de la evolución de las variables medioambientales del Ripollès y de Catalunya (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de IDESCAT (2016)

Se trata de un destino turístico que ha aumentado las plazas de alojamiento turístico en todas sus tipologías, al igual que las segundas residencias. También ha aumentado la ocupación de los alojamientos hoteleros, aunque ha disminuido la del turismo rural y de los campings. Destaca la reducción del gasto medio diario de los turistas. En cuanto a la resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte a la comarca el cambio estructural de la población fija a causa de su envejecimiento progresivo y del aumento de la población temporal, especialmente los segundos residentes. A nivel relacional las relaciones son estables y no normativas entre los agentes locales involucrados en la promoción del turismo del deporte de aventura como actividad complementaria al turismo rural. Respecto a la resiliencia medioambiental, aunque su déficit ecológico per cápita es aceptable, presenta algunos aspectos mejorables, ya que siendo positivos su nivel de consumo de agua para usos domésticos, el nivel de consumo de energía y el nivel de generación de residuos urbanos, el creciente aumento del consumo de agua per cápita para usos domésticos en estos últimos años es negativo, al igual que el crecimiento del déficit ecológico. Por otra parte, el porcentaje del suelo comprometido para urbanización es inferior al de la media de las comarcas

catalanas, al igual que la cantidad de turistas por hectárea de suelo urbano. Por ello, aunque la comarca presenta una resiliencia aceptable en líneas generales ante cualquier impacto negativo que pueda afectar a su desarrollo turístico, el aspecto medioambiental es el factor más destacable a vigilar, especialmente si siguen aumentando las segundas residencias.

5.10.3. Sostenibilidad del clúster del turismo de aventura de riesgo

El turismo de aventura de riesgo se ofrece en nueve instalaciones de la comarca y presenta una baja accesibilidad. La oferta está localizada en siete municipios donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido ligeramente regresiva (-0,03%), mientras que la población total ha permanecido constante. (Diputació de Girona, 2016; IDESCAT, 2016).

Según la encuesta, en la comarca solamente hay cuatro agentes locales relacionados directamente con dicho producto turístico, de los que tres eran asociaciones locales y un agente público. Asimismo, hay 420 plazas disponibles de hoteles, 80 de turismo rural y 80 de camping por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto (IDESCAT, 2016). Además, hay 14 webs de la comarca que en internet promocionan el producto turístico.

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) ha disminuido un 9,34% en el período 2010-2014, siendo solamente el 31.31% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo) y es media su estacionalidad.

Respecto a los impactos socioculturales en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos, que sean un importante foco de atracción de visitantes. Así mismo, la población turística (PTE grupo) es inferior a la población censada (PC grupo). Además, la presencia de segundas residencias en dichos municipios es todavía relativamente baja. Sin embargo, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir el producto turístico es muy alto, ya que presentan una valoración media de 4,40 sobre 5.

En relación con los impactos medioambientales, aunque todos los municipios tienen una estrategia de desarrollo de turismo sostenible, el grado de accesibilidad a las instalaciones que ofrecen a dicho producto es bajo y son pocas las plazas de aparcamiento disponibles. Sin embargo, el grado de preservación de dichas instalaciones es bueno.

Nos encontramos ante un clúster alrededor del turismo de aventura de riesgo que se encuentra en una fase muy embrionaria de desarrollo, con escasa relación con los agentes locales, hoteles, restaurantes y comercios de la zona. Asimismo, su sostenibilidad económica es una incógnita. Sin embargo su sostenibilidad medioambiental es alta y la sociocultural es media. Por ello su principal reto es consolidar a la comarca como un destino óptimo para practicar estas actividades deportivas y que sea un producto turístico reconocido.

TABLA 102
Cuadro resumen de los resultados del Ripollès

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Alta | |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Crecimiento del grado de envejecimiento Cambios en la estructura demográfica |
| | Medio-ambiental | Alta | Excesivo aumento del déficit ecológico |
| | Económica | Alta | Reducción del grado de ocupación del turismo rural y de los campings |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Media | Excesivo aumento de la población turística |
| | Medio-ambiental | Media | Excesivo aumento de las segundas residencias Excesivo aumento del consumo de agua |
| | Económica | Baja | No generar suficientes ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Media | No generar relaciones sociales entre los agentes locales involucrados con este tipo de turismo |
| | Medio-ambiental | Alta | |

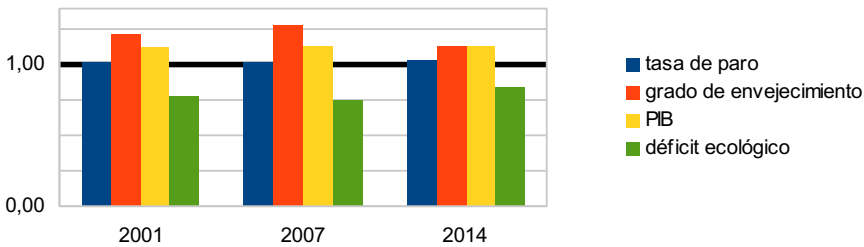
5.11. Sierra Sur de Jaén

José M^a Prat

5.11.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir del análisis presentado en el Anexo 2, en la Figura 112 se muestran los resultados de los índices de sensibilidad (económica, social y medioambiental) de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. En ella puede apreciarse como esta comarca tenía unos índices de sensibilidad peores que el conjunto de Andalucía en los ámbitos económico y social en los tres años analizados, destacando especialmente en este sentido el grado de envejecimiento de la población y la menor productividad (PIB per cápita). Sin embargo, su sensibilidad medioambiental era mejor. Así pues, la resiliencia territorial de la comarca es baja en los ámbitos económico y social y alta en el medioambiental.

FIGURA 112
Índices de sensibilidad territorial de la Sierra Sur de Jaén



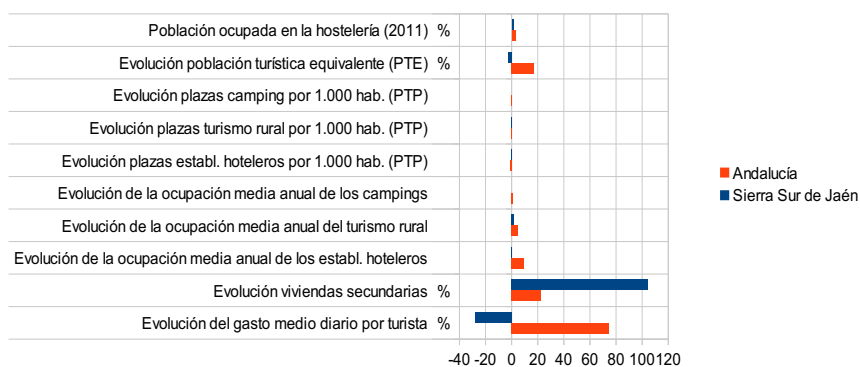
Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Jaén (2016), IECA (2016) e INE (2016)

5.11.1. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis de los resultados del Anexo 2, puede observarse que se trata de una comarca en recesión demográfica, con un PIB comarcal inferior a la media andaluza y una tasa de paro superior. Sin embargo, su déficit ecológico es muy bajo, aunque está creciendo rápidamente en estos últimos años. Además, los últimos cinco años, con la crisis, ha disminuido significativamente el porcentaje de empresas industriales, ha aumentado el paro y ha disminuido la renta familiar bruta disponible de la población (RFBD). Por ello la comarca necesita desarrollar actividades económicas alternativas a las agrícolas tradicionales, frenar la emigración y mantener el control medioambiental. El turismo, en sus diferentes tipologías, puede ser una de ellas.

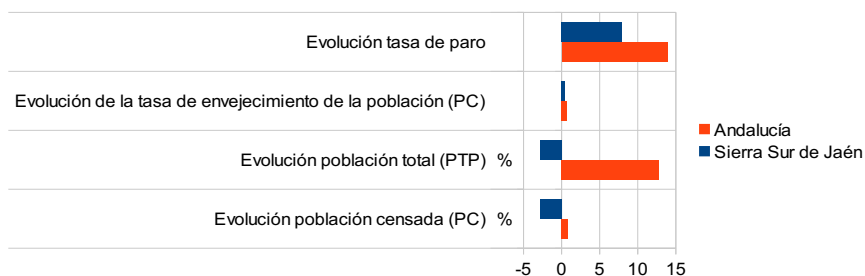
A continuación se ha comparado la evolución entre 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las de Andalucía. Así, en el ámbito económico (Figura 113) apreciamos como la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en el número de viviendas secundarias existentes. Por el contrario, ha experimentado un decrecimiento en el gasto medio diario por turista y una evolución ligeramente negativa de la población turística equivalente (PTE). Por otra parte, el grado de ocupación de los hoteles y del turismo rural y la población ocupada en la hostelería aunque han crecido lo han hecho menos que en la Comunidad Autónoma.

FIGURA 113
Comparación de la evolución de las variables económicas de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Jaén (2016) e IECA (2016) y datos facilitados por la Asociación de Turismo Rural Sierra Sur de Jaén

FIGURA 114
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014)

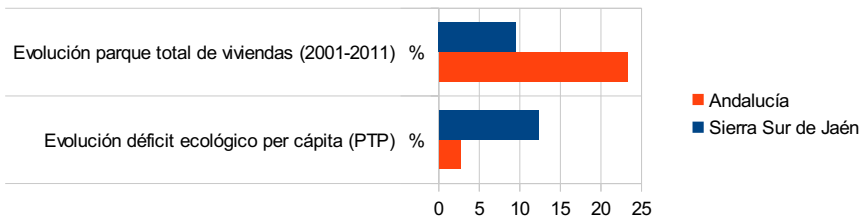


Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Jaén (2016) e IECA (2016)

En el ámbito sociocultural (Figura 114), la comarca ha tenido una evolución mejor que su Comunidad Autónoma en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Asimismo, la población permanente (PC) y la población total (PTP) presentes en este destino han decrecido, mientras que las de Andalucía han aumentado, lo que redonda en una menor presión de este tipo sobre dicho territorio.

A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 115), la comarca ha tenido en estos años un crecimiento de su déficit ecológico superior al de Andalucía, aunque se ha producido un menor aumento porcentual del parque total de viviendas existentes.

FIGURA 115
Comparación de las variables medioambientales de la Sierra Sur de Jaén y de Andalucía (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de Diputación de Jaén (2016) e IECA (2016)

Así pues, la comarca como destino turístico dispone de pocas plazas hoteleras y de turismo rural. Sin embargo, ha aumentado el parque de segundas residencias, aunque el suelo comprometido a urbanización es reducido. También destaca la disminución del gasto diario medio de los turistas. En cuanto a la resiliencia socio-cultural, ésta dependerá de cómo afecte en este aspecto el descenso de población permanente y el cambio estructural demográfico. A nivel relacional se han establecido relaciones normativas entre los agentes locales involucrados en la promoción y desarrollo del astroturismo, aunque éstas todavía no son estables ni están consolidadas. Respecto a la resiliencia medioambiental, aunque el déficit ecológico per cápita es aceptable y la contaminación visual y acústica del territorio son mínimas, así como el consumo de energía y la generación de residuos urbanos, el aumento del consumo de agua para usos domésticos en estos últimos años es negativo, al igual que el crecimiento del déficit ecológico. Por todo ello, en conjunto, el grado de resiliencia de este destino turístico es medio-bajo.

5.11.3. Resiliencia del astroturismo en la comarca

Este tipo de turismo se ofrece en el año 2016 en ocho instalaciones de la comarca, con una accesibilidad baja. Esta oferta está localizada solamente en cinco

municipios de la comarca, donde la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha disminuido, al igual que la población total (PTP grupo).

Asimismo, según la encuesta en 2016, hay en la comarca nueve agentes locales relacionados directamente con el astroturismo; de los cuales cinco son entidades públicas y cuatro son asociaciones locales. Además, se han encontrado 16 webs locales en internet que promocionan este producto turístico; de las que once eran turísticas, una era directamente de los ayuntamientos y las otras cuatro restantes pertenecían a revistas digitales de la propia comarca.

Por otra parte, en este clúster hay una disponibilidad de 20 plazas hoteleras y otras 20 de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios donde se ofrece este producto, siendo inexistentes las plazas de acampada (IECA, 2016).

En cuanto a los indicadores de flujo turístico, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) se ha reducido en el período 2010-2014, de manera que solamente son el 27,70% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo). Además, la estacionalidad de las visitas es media.

Respecto a los impactos socioculturales hay que tener en cuenta que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes y la población turística allí presente (PTE grupo) es bastante inferior a la población censada (PC grupo). Asimismo, la presencia de segundas residencias en dichos municipios es muy baja. Por contra, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es muy alto, ya que manifiestan una valoración media de 4,15 sobre 5, según información facilitada por la Asociación de Turismo Rural Sierra Sur de Jaén, la cual también indicó que la totalidad de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un turismo sostenible, aunque las carreteras de acceso a las instalaciones que ofrecen dicho producto tienen un grado de mantenimiento medio y son escasas las plazas de aparcamiento disponibles. Por otra parte, el grado de preservación de dichas instalaciones es muy alto.

Así pues nos encontramos ante un clúster alrededor del astroturismo que se encuentra en una fase muy inicial de su desarrollo, con una incipiente relación con los agentes públicos, y prácticamente nula con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es alta, así como la medioambiental. No así la económica, aunque en los próximos años la mayor afluencia de visitantes y la promoción internacional de esta actividad pueden revertir esta situación.

TABLA 103
Cuadro resumen de los resultados de la Sierra Sur de Jaén

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|--|
| | Económica | Baja | Reducción del PIB per cápita Baja productividad Baja RFBD per cápita |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Baja | Aumento de la tasa de paro Aumento de la tasa de envejecimiento Cambios en la estructura demográfica Alto índice de dependencia |
| | Medio-ambiental | Alta | Excesivo aumento del déficit ecológico |
| | Económica | Baja | Mayor reducción del gasto diario del turista Menos turistas Disminución del grado de ocupación hotelera |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Media | Poca definición de los objetivos turísticos a desarrollar |
| | Medio-ambiental | Media | Excesivo consumo de agua |
| | Económica | Baja | Pocos visitantes y pocos ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | Relaciones sociales no consolidadas entre los agentes locales relacionados con el astroturismo |
| | Medio-ambiental | Alta | |

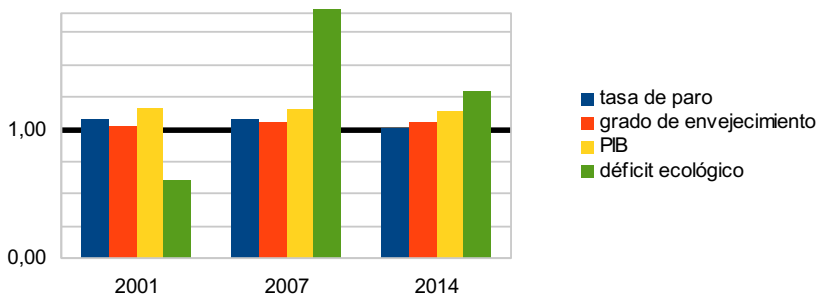
5.12. Vitigudino

Luis Alfonso Hortelano
Carmen Mínguez

5.12.1. Resiliencia territorial de la comarca

A partir de los análisis realizados en el Anexo 2, en la Figura 116 pueden observarse los resultados de los índices de sensibilidad económica, social y medioambiental de la comarca para cada uno de los tres años seleccionados. Podemos apreciar como la comarca tiene unos índices de sensibilidad peores que Castilla-León en los tres ámbitos, por lo que, en conjunto, su resiliencia territorial es débil.

FIGURA 116
Índices de sensibilidad territorial de la comarca agraria de Vitigudino



Fuente: elaboración propia a partir de la Diputación de Salamanca (2016), INE (2016) y la Junta de Castilla y León (2016)

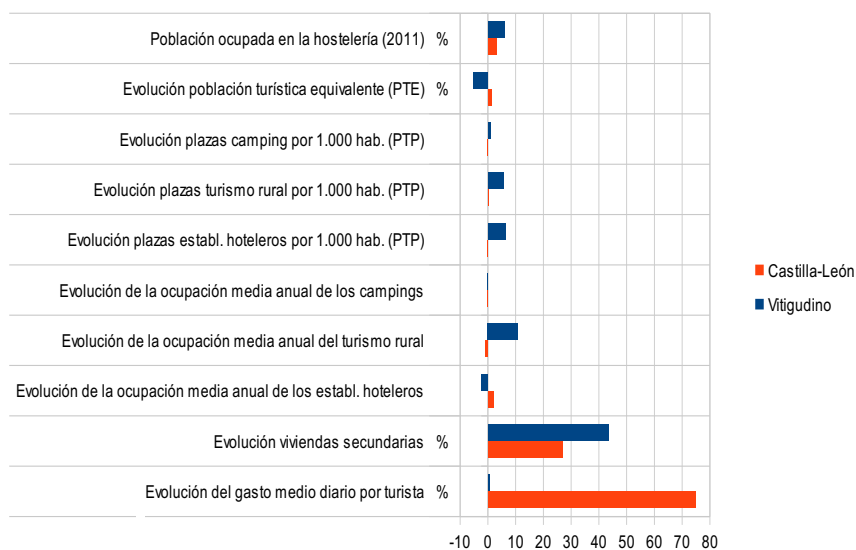
5.12.1. Resiliencia de la comarca como destino turístico

Continuando con el análisis presentado en el Anexo 2, se observa que se trata de una comarca en recesión demográfica y con un déficit ecológico muy bajo. Su PIB comarcal per cápita es inferior a la media de Castilla-León y la tasa de paro es algo superior. Por otra parte, a pesar de que no ha disminuido significativamente el porcentaje de empresas industriales, han aumentado las de servicios y ha crecido la renta familiar disponible de la población. Sin embargo, el nivel de productividad todavía es bajo. Por ello la comarca necesita desarrollar actividades alternativas a las agrícolas tradicionales, frenar la emigración y mantener el control medioambiental y el turismo puede ser una de las alternativas.

A continuación se ha comparado la evolución entre los años 2010 y 2014 de las variables más significativas de la comarca como destino turístico con las

de la Comunidad Autónoma a la que pertenece. Así, en el ámbito económico (Figura 117) apreciamos como la comarca ha presentado una mejor evolución durante este periodo en el número de viviendas secundarias, la población ocupada en la hostelería, el grado de ocupación en el turismo rural y las plazas de todos los tipos de alojamientos turísticos por 1.000 habitantes de población total (PTP). Por el contrario, ha presentado una evolución peor en el gasto medio diario por turista, la población turística equivalente (PTE) ha disminuido y el grado de ocupación de los hoteles ha decrecido, mientras que ha aumentado en la Comunidad Autónoma.

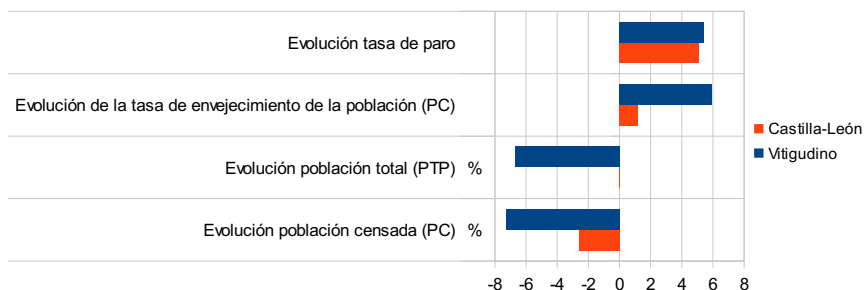
FIGURA 117
Comparación de la evolución de las variables económicas de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de la Diputación de Salamanca (2016) y la Junta de Castilla y León (2016)

Respecto al ámbito sociocultural (Figura 118), la comarca ha tenido una evolución algo peor que su Comunidad Autónoma en la tasa de paro y en la tasa de envejecimiento de la población censada (PC). Asimismo, la población total presente en este destino (PTP) ha disminuido en porcentaje mayor que en el caso de Castilla-León, lo que redundará en una menor presión sociocultural sobre este territorio, aunque también ha sufrido una disminución porcentual de su población permanente.

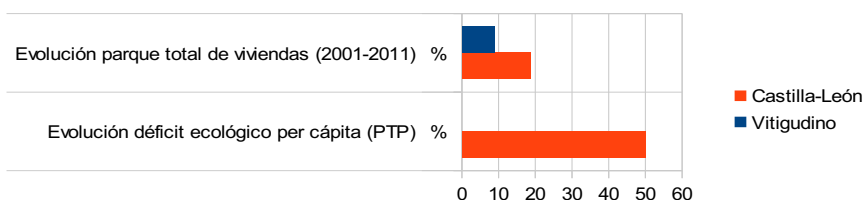
FIGURA 118
Comparación de la evolución de las variables socioculturales de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de la Diputación de Salamanca (2016) y la Junta de Castilla y León (2016)

A su vez, en relación al ámbito medioambiental (Figura 119), la comarca ha experimentado en estos años un crecimiento de su parque total de viviendas inferior al de la Comunidad Autónoma, mientras que no ha tenido déficit ecológico per cápita.

FIGURA 119
Comparación de la evolución de las variables medioambientales de la comarca agraria de Vitigudino y de Castilla y León (2010-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de la Diputación de Salamanca (2016), INE (2005) y la Junta de Castilla y León (2016)

Así pues, la comarca como destino turístico ha aumentado el número de plazas hoteleras, de camping y de turismo rural. También se ha incrementado significativamente el parque de segundas residencias. Además, el suelo comprometido para urbanización es pequeño. También destaca el ligero aumento del gasto diario medio de los turistas. En cuanto a la resiliencia sociocultural, ésta dependerá de cómo afecte a la comarca el descenso de población permanente y el cambio estructural demográfico, con una población envejecida y un fuerte grado de dependencia. A nivel relacional se han establecido relaciones normativas entre los agentes locales

involucrados con la promoción y desarrollo del arqueoturismo, aunque éstas todavía no son estables ni están consolidadas. Respecto a la resiliencia medioambiental, la calidad del aire es buena, los niveles de contaminación acústica y visual son bajos y el déficit ecológico per cápita es aceptable, aunque va en aumento. Lo mismo ocurre con la generación de residuos urbanos. Por ello, en conjunto, su grado de resiliencia es bajo en el aspecto económico y medio en el medioambiental y sociocultural.

5.12.3. Resiliencia del arqueoturismo en la comarca

Este tipo de turismo se ofrece en seis instalaciones de la comarca, con una señalización y accesibilidad relativamente bajas. Esta oferta está localizada solamente en cuatro municipios con el 13,12% de la población total de la comarca (PTP)⁵ y donde la evolución conjunta de la población censada (PC grupo) en el período 2010-2014 ha sido regresiva (-6,90%), lo mismo que la población total (PTP grupo), que también se ha reducido un 6,64% (Diputación de Salamanca, 2016; Junta de Castilla y León, 2016).

Según la encuesta, en 2016 hay 13 agentes locales relacionados directamente con este producto turístico; de los que ocho son agentes públicos (ayuntamientos, etc.), tres organizaciones empresariales y dos instituciones de investigación. Además, se han encontrado en internet dos webs locales donde se promociona este producto turístico.

Asimismo, hay 40 plazas disponibles de hoteles y 180 de turismo rural por cada 1.000 turistas recibidos (PTE grupo) en el conjunto de municipios de la comarca donde se ofrece este producto, siendo inexistentes las plazas de acampada (Junta de Castilla y León, 2016).

En cuanto a los indicadores de flujo, la población turística en los municipios donde se localiza dicho producto (PTE grupo) se ha reducido muy ligeramente en el período 2010-2014, siendo el 28,72% de la población total que se encuentra en dichos municipios (PTP grupo), y la estacionalidad de las visitas es medio-baja.

Respecto a los impactos socioculturales debemos considerar que en los municipios con presencia de este producto turístico no hay eventos significativos que sean importantes focos de atracción de visitantes. Además, la población turística allí presente (PTE grupo) es menor que la población censada (PC grupo). Asimismo, la presencia de segundas residencias en dichos municipios es bastante alta. Por otra parte, el grado de satisfacción de los turistas con la experiencia realizada al consumir este producto es aceptable, ya que presenta una valoración media de 3 sobre 5, según datos facilitados por la oficina de turismo municipal de Vitigudino, la cual también indicó que en relación con los impactos medioambientales la mitad de estos municipios tienen una estrategia de desarrollo de un

5. La población total del grupo (PTP grupo) es la población censada (PC grupo) más la población turística equivalente (PTE grupo).

turismo sostenible, aunque las carreteras de acceso a las instalaciones que ofrecen dicho producto tienen un grado de mantenimiento medio y son escasas las plazas de aparcamiento disponibles. Sin embargo, el grado de preservación de dichas instalaciones es alto.

Nos encontramos ante un clúster alrededor del arqueoturismo que se encuentra en una fase de desarrollo muy inicial, con una incipiente relación con los agentes públicos, y prácticamente nula con los hoteles, restaurantes y comercios locales. Su sostenibilidad sociocultural es alta; así como la medioambiental. No así la económica, necesitada de subvenciones, aunque en estos últimos años la mayor afluencia de visitantes y la promoción pueden ayudar a paliar este problema.

TABLA 104
Cuadro resumen de los resultados de la comarca agraria de Vitigudino

| Concepto analizado | Ámbito | Valoración obtenida | Principales riesgos detectados |
|---|-----------------|---------------------|---|
| | Económica | Baja | Bajo PIB per cápita Baja productividad |
| Resiliencia territorial | Socio-cultural | Media | Alta tasa de paro Alto grado de envejecimiento Cambios en la estructura demográfica |
| | Medio-ambiental | Media | Crecimiento del déficit ecológico |
| | Económica | Baja | Reducción de turistas Disminución del grado de ocupación hotelera |
| Resiliencia del destino turístico | Socio-cultural | Media | Poca definición de los objetivos turísticos a desarrollar |
| | Medio-ambiental | Media | Crecimiento de segundas residencias Aumento del consumo de agua |
| | Económica | Baja | Pocos visitantes y pocos ingresos |
| Sostenibilidad del clúster del producto turístico | Socio-cultural | Alta | |
| | Medio-ambiental | Alta | |

6 Comparación de los casos

Gemma Cànoves

José M^a Prat

Asunción Blanco-Romero

En el capítulo anterior hemos presentado los resultados de los indicadores de sostenibilidad del clúster y de resiliencia de la comarca como destino turístico y como territorio en cada uno de los doce casos. En este capítulo, se efectúa una comparación de los casos centrándonos en sus debilidades económicas, socioculturales, medioambientales y de gobernanza como aspectos fundamentales para mejorar la resiliencia de cada clúster; teniendo en cuenta que hay una serie de aspectos coincidentes, como su riqueza patrimonial o natural y su paisaje, también existen notables diferencias entre ellos.

Así, en lo referente a sus debilidades económicas (Tabla 105), cuatro comarcas (Jiloca, Ribeira Sacra, Sur de Jaén y Vitigudino) muestran una baja resiliencia territorial, mientras que en los destinos turísticos destaca la evolución negativa o nula en el período 2010-2014 del grado de ocupación por cada 1.000 personas de la población total presente en la comarca a lo largo del año (PTP). En relación a los campings, en todos los casos es uno de los sectores que más ha notado la crisis económica, considerando además que cinco destinos (Alt Penedès, Alto Vinalopó, Jiloca, Ribeira Sacra y Sur de Jaén) no disponen de plazas de este tipo de alojamientos turísticos y que los demás, excepto el Berguedà, la Cerdanya y el Ripollès tienen una oferta muy limitada. También es notable la debilidad de la oferta de plazas de turismo rural por cada 1.000 personas de población total, así como su evolución a lo largo de este período y el grado de ocupación en casi todos los destinos. Por el contrario, la oferta hotelera por cada 1.000 personas de población total, su evolución (2010-2014) y su grado de ocupación es alta en general y solo muy débil en dos casos como son los de Osona y Anoia. Destacamos que, el Ripollès y el Berguedà son los que presentan una mejor oferta conjunta de alojamientos turísticos por cada 1.000 habitantes totales. Otro aspecto es el importante descenso producido en este período en el gasto diario de los turistas en todos los destinos excepto el Bages, Osona, Ribeira Sacra, Ripollès y Vitigudino. Ello es especialmente significativo en el caso del Berguedà, que además tiene un bajo ingreso diario por este concepto. En cuanto a la repetición de las visitas, solamente Jiloca y Sur de Jaén manifiestan debilidad

por este concepto. Asimismo, cinco comarcas (Anoia, Jiloca, Osona, Sur de Jaén y Vitigudino) aún no están reconocidas como destinos turísticos consolidados y, por el contrario, la Ribeira Sacra y la Cerdanya, que sí lo están, tienen una alta aportación del PIB turístico al PIB comarcal, mostrando la Cerdanya una notable dependencia del sector turístico y una alta ocupación en la hostelería. Las comarcas de Anoia y Osona son las que muestran mayor debilidad como destino turístico, mientras que el Ripollès es la que menos.

En cuanto a las debilidades económicas de cada clúster, hemos constatado que la crisis económica está teniendo consecuencias diversas. Por una parte, se han modificado los hábitos de consumo turístico de la población, la cual se ha orientado más hacia el turismo nacional y, especialmente, el de proximidad, lo que puede ser una buena oportunidad para los territorios de interior como los aquí analizados, aunque el consumidor estudia muy bien la relación calidad-precio y gasta lo imprescindible en el viaje. Este comportamiento puede ayudar a mejorar la calidad de los productos ofertados. Por la otra parte, la disminución de los ingresos públicos hipoteca la viabilidad de proyectos que dependen excesivamente de las subvenciones. Nuestro estudio pone de manifiesto las dificultades de financiación de estos productos turísticos en los casos del Berguedà, Anoia, Jiloca, Osona, Ripollès, Sur de Jaén y Vitigudino. Asimismo, la dificultad en obtener créditos bancarios ha contribuido a reducir el número de emprendedores en este sector y a ralentizar la expansión de la oferta de alojamientos turísticos (hoteles y pensiones, turismo rural y campings). Hemos observado que todos los clústeres presentan debilidad en la financiación, excepto el del Ripollès, destacando negativamente los del Alt Penedès, Alto Vinalopó, Bages y Sur de Jaén. Por contra, sólo tres (los de Jiloca, Ripollès y Sur de Jaén) tienen deficiencias en su señalización y accesos, mientras que el de Anoia es el que presenta un menor grado de preservación de sus instalaciones. Asimismo, el clúster de la Cerdanya es el que muestra una mayor estacionalidad, ya que la afluencia de visitantes está condicionada por la existencia de nieve en las pistas de esquí. En conjunto, los clústeres del Sur de Jaén («astroturismo»), Anoia («geocaching») y Jiloca («patrimonio bélico de la Guerra Civil») son los que en estos momentos presentan mayores debilidades económicas, mientras que los de Ribeira Sacra («turismo de naturaleza») y Ripollès («turismo de deportes de aventura») son los más equilibrados.

En lo referente a sus debilidades socioculturales (Tabla 106), tres comarcas (Berguedà, Jiloca y Sur de Jaén) muestran una baja resiliencia territorial, mientras que como destino turístico todas las comarcas, excepto Alto Vinalopó, Bages, Berguedà y Osona, carecen de grandes eventos y/o focos de atracción que ayuden a potenciar la llegada de visitantes. Además, la oferta de bienes declarados de interés cultural por cada 1.000 personas de población total (PTP) es escasa en el Alto Vinalopó, Anoia, Bages, Ribeira Sacra y Vitigudino, mientras que dos destinos (Alt Penedès y Anoia) tienen un insignificante número de museos y colecciones por cada 1.000 personas PTP y seis (Bages, Cerdanya, Jiloca, Osona, Ribeira Sacra y Sur de Jaén) presentan un reducido número de ferias y fiestas relevantes por cada 1.000 PTP. En cuanto a las segundas residencias,

sólo la Cerdanya muestra una proporción muy elevada respecto a las viviendas principales, aunque la Ribeira Sacra y Sur de Jaén presentan una alta evolución de la cantidad proporcional de viviendas secundarias en el período 2001-2011. Por otra parte, cuatro destinos reciben anualmente un elevado número de turistas respecto a su población censada (Berguedà, Cerdanya, Osona y Ripollès), mientras que otros seis (Alto Vinalopó, Anoaia, Bages, Jiloca, Ribeira Sacra y Sur de Jaén) han incrementado el número de turistas en 2010-2014. En todos los destinos hemos observado una buena disposición de la comunidad local a interactuar con los turistas. En conjunto, Anoaia, Cerdanya, Ribeira Sacra y Sur de Jaén son las que presentan una mayor debilidad sociocultural, mientras que el Berguedà es el que menos. Finalmente, la elevada tasa de paro consecuencia de la crisis ha afectado a la mayoría de estos destinos, lo que ha provocado en muchos casos una emigración laboral hacia destinos turísticamente más consolidados.

En relación a las debilidades socioculturales de cada clúster, destaca la baja o nula aplicación de las nuevas tecnologías como complemento a las visitas presenciales en todos los casos excepto en el del Bages, así como el escaso número de hoteles presentes en los municipios del clúster que se encuentran adaptados para las personas discapacitadas, ya que únicamente muestran un cifra adecuada en este aspecto los del Alto Vinalopó, Anoaia y Bages. Sin embargo, en todos los clústeres la satisfacción de los turistas en relación a la visita ha sido buena o muy buena. En conjunto, los clústeres del Alto Vinalopó («fiestas de Moros y Cristianos»), Anoaia («geocaching») y Bages («turismo religioso») son los que manifiestan menor debilidad sociocultural.

Respecto a sus debilidades medioambientales (Tabla 107), ninguna comarca muestra una baja resiliencia territorial, mientras que como destino turístico estas debilidades son pequeñas. Así, el Alt Penedès y Vitigudino no presentan ninguna, mientras que el Berguedà solo presenta una baja recogida porcentual de residuos, la Ribeira Sacra un uso excesivo del vehículo propio para acceder al destino y el Ripollès una baja evolución en la separación de residuos, siendo Osona y el Sur de Jaén los destinos que muestran mayor número de debilidades de este tipo. Osona relacionado con el consumo de agua y energía y el Sur de Jaén con el consumo de agua, los residuos, la alta evolución del déficit ecológico y el acceso en vehículo propio. Más en concreto, el alto consumo de agua per cápita de la población censada es un punto débil en Anoaia, Osona y Sur de Jaén, y la alta evolución de este factor a lo largo del período 2010-2014 en el Bages y Osona. Asimismo, en estos dos destinos también se manifiesta un alto consumo de agua per cápita atribuible al turismo. En cuanto a un excesivo consumo doméstico de energía, destacan la Cerdanya y Osona, aunque ningún destino presenta una alta evolución por este concepto en los últimos cinco años. Tampoco ninguno muestra debilidad respecto a la generación per cápita de residuos. Sin embargo, la Cerdanya, Anoaia, Berguedà y Jiloca manifiestan una deficiente recogida selectiva de residuos, y el Ripollès y el Sur de Jaén una evolución baja en este aspecto. Por otra parte, ningún destino muestra una elevada contaminación atmosférica, acústica o visual, ni demasiado suelo comprometido para urbanizar en los próximos años. Únicamente el Alto

Vinalopó recibe demasiados turistas por hectárea de suelo urbano, y la Ribeira Sacra y el Sur de Jaén son destinos en los que los turistas acceden mayoritariamente en vehículo propio.

En cuanto a la resiliencia de cada clúster, el Alt Penedès, Alto Vinalopó, Anoia, Bages, Berguedà y Osona no manifiestan ninguna debilidad medioambiental, mientras que la Cerdanya muestra mayor probabilidad de que el turismo generado alrededor de este clúster perjudique el medio ambiente. Los clústeres de la Ribeira Sacra, Jiloca, Sur de Jaén, Vitigudino y Ripollès tienen pocas plazas disponibles de aparcamiento. Asimismo, este último clúster, por sus propias características, también presenta una difícil accesibilidad.

Referente a sus debilidades de gobernanza (Tabla 108), las comarcas de Jiloca, Anoia, Osona, Sur de Jaén y Vitigudino son destinos que todavía muestran una débil promoción institucional del turismo como herramienta de desarrollo local.

Respecto a las debilidades de gobernanza de cada clúster, los del Alt Penedès, Alto Vinalopó, Bages y Ribeira Sacra no presentan ninguna, mientras que los de Anoia, Jiloca y Ripollès son los que más. Así, los clústeres de Cerdanya, Ripollès, Jiloca, Vitigudino y Sierra Sur de Jaén son los que muestran una débil promoción institucional de los productos turísticos. Además, el del Ripollès tiene pocos agentes públicos involucrados con el desarrollo de este turismo, mientras que los del Sur de Jaén, Anoia y Vitigudino presentan pocos agentes locales no públicos involucrados con el mismo. Por otra parte, todavía son escasamente conocidos entre el gran público el geocaching de Anoia, el patrimonio bélico de Jiloca, el turismo del deporte de aventura del Ripollès y el ecoturismo del trigo de Osona. Respecto al tipo de relaciones establecidas entre los agentes locales alrededor de estos productos turísticos, dichas relaciones son inestables en los clústeres de Anoia, Jiloca, Ripollès, Sur de Jaén y Vitigudino, y en los tres primeros aún no están normalizadas. Finalmente, la evolución de la densidad de estas relaciones todavía es débil en los clústeres del Bages, Jiloca y Osona, ya que en los últimos años de crisis han sido escasas las posibilidades de promocionar estos productos turísticos y sus destinos, así como la consolidación de las redes de intercambio de información entre los agentes. Aún así, algunos de estos destinos se han beneficiado, al menos en los primeros años de la crisis, de planes de dinamización turística y/o programas europeos de desarrollo rural, como la Ribeira Sacra y Vitigudino, lo que se refleja en diversas actuaciones dedicadas al desarrollo y mejora de la actividad turística y de las infraestructuras complementarias, pero a la vez la competencia entre productos turísticos es creciente, lo que obliga a singularizar la oferta para alcanzar una buena situación en el mercado. Las tablas que se presentan a continuación, sintetizan los resultados de cada comarca y clúster en base a las debilidades económicas (Tabla 105), debilidades socioculturales (Tabla 106), debilidades medioambientales (Tabla 107) y debilidades de gobernanza (Tabla 108).

TABLA 105
Debilidades económicas

| | Alt Penedès | Alto Vinalopó | Anoia | Bages | Berguedà | Cerdanya | Jiloca | Osona | Ribeira Sacra | Ripollès | Sur de Jaén | Vitigudino |
|--|-------------|---------------|-------|-------|----------|----------|--------|-------|---------------|----------|-------------|------------|
| COMARCA | | | | | | | | | | | | |
| Baja resiliencia territorial | | | | | | | X | | X | | X | X |
| DESTINO TURÍSTICO | | | | | | | | | | | | |
| Falta de consolidación del destino turístico | | | X | | | X | X | X | | | X | X |
| Alta aportación del PIB turístico al PIB comarcal | | | | | | | | | X | | | |
| Bajo gasto diario turistas | | | | X | | X | | | X | | | |
| Mala evolución gasto diario turistas | X | X | X | | X | X | X | | | | X | |
| Dependencia excesiva del turismo | | | | | | X | | | | | | |
| Excesiva ocupación en la hostelería | | | | | | X | | | | | | |
| Débil oferta de plazas hoteleras (1) | X | X | X | X | | | | X | | | X | |
| Mala evolución oferta plazas hoteleras (1) | | | X | | X | | | X | | | | |
| Flojo grado de ocupación hotelera | X | | X | X | X | | X | X | X | | X | X |
| Mala evolución ocupación hotelera | | | X | X | | | | X | | | | |
| Débil oferta de plazas de turismo rural (1) | X | X | X | X | | | | X | | | X | |
| Mala evolución oferta plazas turismo rural (1) | X | X | X | X | | X | X | X | | | X | X |
| Flojo grado ocupación turismo rural | | | X | | | X | X | X | | | | |
| Mala evolución ocupación turismo rural | X | X | X | | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Débil oferta de plazas de camping (1) | X | X | X | X | | | | X | | | X | X |
| Mala evolución oferta plazas camping (1) | X | X | X | X | | | | X | | | X | X |
| Flojo grado ocupación camping | | | | | | | | | | | | |
| Mala evolución ocupación camping | | | X | X | X | X | | X | | X | | X |
| Desplazamientos caros | | | | | | X | | | | | | |
| Bajo índice repetición de visitas | | | | | | | X | | | | X | |
| CLUSTER | | | | | | | | | | | | |
| Dificultades de autofinanciación | | | X | | X | | X | X | | X | X | X |
| Débil o nula oferta de plazas hoteleras (2) | X | X | X | X | X | | X | X | | | X | X |
| Débil o nula oferta de plazas de turismo rural (2) | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | X | X |
| Débil o nula oferta de plazas de camping (2) | X | X | X | X | | X | X | | X | | X | X |
| Deficiente señalización y accesibilidad | | | | | | | X | | | X | | |
| Deficiente grado preservación instalaciones | | | X | | | | | | | | | |
| Gran estacionalidad de visitas | | | | | | X | | | | | | |

(1) Por cada 1.000 personas de población total (PTP)

(2) Respecio al total de turistas presentes anualmente en el clúster (PTE grupo)

TABLA 106
Debilidades socioculturales

| | Alt Penedès | Alto Vinalopó | Anoia | Bages | Berguedà | Cerdanya | Jiloca | Osona | Ribera Sacra | Ripollès | Sur de Jaén | Vitigudino |
|--|-------------|---------------|-------|-------|----------|----------|--------|-------|--------------|----------|-------------|------------|
| COMARCA | | | | | | | | | | | | |
| Baja resiliencia territorial | | | | | X | | X | | | | X | |
| DESTINO TURÍSTICO | | | | | | | | | | | | |
| Inexistencia de grandes eventos y/o grandes focos de atracción turística | X | | X | | | X | X | | X | X | X | X |
| Excesiva proporción de turistas (2) | | | | | X | X | | X | | X | | |
| Deficientes servicios públicos sanitarios (1) | X | X | X | X | | | | X | | | X | |
| Bajo número de ferias y fiestas relevantes (1) | | | | X | | X | X | X | X | | X | |
| Bajo número de museos y colecciones (1) | X | | X | | | | | | | | | |
| Poca predisposición local a interactuar con los turistas | | | | | | | | | | | | |
| Muy baja evolución población turística | | X | X | X | | | X | | X | | X | |
| Bajo porcentaje alumnos bachillerato y FP (2) | | | | | | X | X | | | X | | |
| Alta proporción segundas residencias | | | | | | X | | | | | | |
| Alta evolución segundas residencias | | | | | | | | | X | | X | |
| Floja oferta de bienes declarados de interés cultural (BIC)(1) | | X | X | X | | | | | X | | | X |
| CLÚSTER | | | | | | | | | | | | |
| No aplicación nuevas tecnologías | | | | | | | | | | | | |
| Baja o regular satisfacción de los turistas | X | X | X | | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Baja adaptación hotelera para los discapacitados | X | | | | X | X | X | X | X | X | X | X |

(1) Por cada 1.000 personas de población total (PTP)

(2) Respecto a la población permanente censada (PC)

TABLA 107
Debilidades medioambientales

| | Alt Penedès | Alto Vinalopó | Anoia | Bages | Berguedà | Cerdanya | Jiloca | Osona | Ribera Sacra | Ripollès | Sur de Jaén | Vitigudino |
|---|-------------|---------------|-------|-------|----------|----------|--------|-------|--------------|----------|-------------|------------|
| COMARCA | | | | | | | | | | | | |
| Baja resiliencia territorial | | | | | | | | | | | | |
| DESTINO TURÍSTICO | | | | | | | | | | | | |
| Pocos municipios con estrategias de turismo sostenible | | | | | | | | | | | | |
| Alto consumo de agua per cápita (1) | | | X | | | | | X | | | X | |
| Alta evolución consumo agua per cápita (1) | | | | X | | | | X | | | | |
| Alto consumo de agua per cápita atribuible al turismo (1) | | | | X | | | | X | | | | |
| Alto consumo doméstico de energía | | | | | | X | | X | | | | |
| Alta evolución consumo doméstico de energía | | | | | | | | | | | | |
| Excesiva generación per cápita de residuos (1) | | | | | | | | | | | | |
| Baja evolución separación de residuos | | | | | | | | | | X | X | |
| Alta contaminación atmosférica | | | | | | | | | | | | |
| Alta contaminación acústica | | | | | | | | | | | | |
| Alta contaminación visual | | | | | | | | | | | | |
| Alta evolución del déficit ecológico | | | | | | | X | | | | X | |
| Deficiente recogida selectiva de residuos | | | X | | X | X | X | | | | | |
| Demasiados turistas por ha suelo urbano | | X | | | | | | | | | | |
| Demasiado suelo para urbanizar | | | | | | | | | | | | |
| Excesivo acceso turistas en vehículo propio | | X | | | | | | | X | | X | |
| CLÚSTER | | | | | | | | | | | | |
| Deficiente accesibilidad | | | | | | | | | | X | | |
| Pocas plazas disponibles aparcamiento | | | | | | | X | | X | X | X | X |
| Mayor facilidad de perjudicar el medio ambiente | | | | | | X | | | | | | |

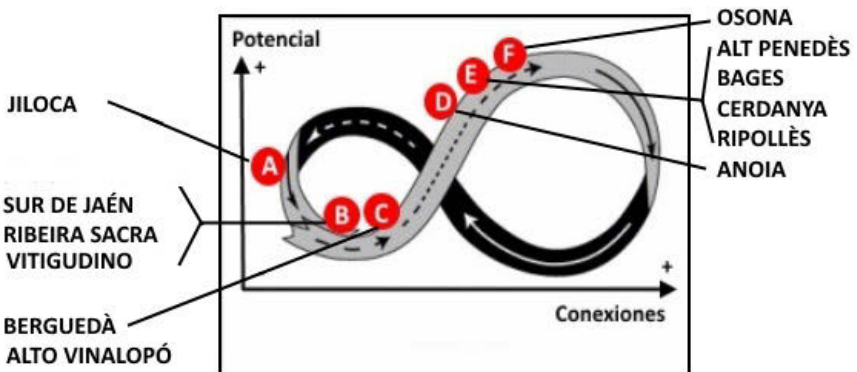
(1) Respecto a la población total (PTP)

TABLA 108
Debilidades de gobernanza

| | Alt Penedès | Alto Vinalopó | Anoia | Bages | Berguedà | Cerdanya | Jiloca | Osona | Ribera Sacra | Ripollès | Sur de Jaén | Vitigudino |
|---|-------------|---------------|-------|-------|----------|----------|--------|-------|--------------|----------|-------------|------------|
| DESTINO TURÍSTICO | | | | | | | | | | | | |
| Débil promoción institucional del turismo | | | X | | | | X | X | | | X | X |
| CLÚSTER | | | | | | | | | | | | |
| Pocas webs locales promocionan el producto | | | | | | X | | | | | | X |
| Pocos agentes públicos locales involucrados | | | | | | | | | | X | | |
| Pocos agentes locales no públicos involucrados | | | X | | | | | | | X | X | X |
| Poco conocimiento del producto turístico | | | X | | | | X | X | | X | | |
| Floja evolución de la densidad relaciones entre agentes locales | | | | X | | | X | X | | | | |
| Relaciones inestables entre agentes locales | | | X | | | | X | | | X | X | X |
| Relaciones no normalizadas entre agentes locales | | | X | | | | X | | | X | | |
| Débil promoción institucional de este producto | | | | | | X | X | | | X | X | X |

A partir de los análisis aquí realizados podemos concluir que cada una de estas comarcas se encuentra en una etapa diferente de su ciclo adaptativo (Figura 120). Así, Osona, que es la que en estos momentos presenta mejor resiliencia territorial en conjunto, está en la fase de conservación, con un alto potencial y muchas conexiones, aunque su resiliencia empieza a declinar; mientras que las comarcas del Alt Penedès, Anoia, Bages, Cerdanya y Ripollès también están en la misma fase pero presentando una resiliencia territorial ligeramente inferior, con alto potencial y conexiones crecientes. Por su parte, el Berguedà y el Alto Vinalopó están iniciando la fase de crecimiento, una vez superada la fase de renovación y reorganización tras sus respectivas crisis económicas y/o demográficas propias, presentando una alta resiliencia, un bajo potencial y reducidas conexiones, aunque ambos factores van aumentando. A su vez, el Vitigudino, la Ribeira Sacra y la Sierra Sur de Jaén son tres comarcas que se encuentran situadas en las primeras etapas de la misma fase del ciclo evolutivo del territorio, en un claro proceso de renovación, con una resiliencia baja pero que va mejorando y un alto potencial y unas conexiones que van incrementándose. Finalmente, la comarca de Jiloca todavía se encuentra en la fase de reorganización, ya que debido al impacto provocado por la crisis ha perdido conectividad y potencial, lo que ha determinado la disminución de su resiliencia y aumentado el grado de incertidumbre sobre la dirección de la evolución de su futuro desarrollo comarcal.

FIGURA 120
Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia territorial de las comarcas analizadas

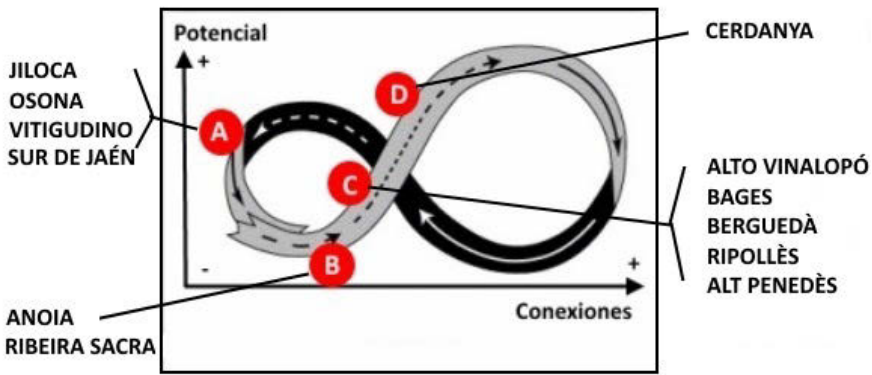


Fuente: elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002)

El posicionamiento de estas comarcas según su ciclo adaptativo como destinos turísticos (Figura 121), muestra que la Cerdanya es el destino que actualmente presenta una mayor resiliencia, con un alto potencial y muchas conexiones, lo que lo sitúa en la fase de conservación. A su vez, los destinos turísticos del Alt

Penedès, Bages, Berguedà, Ripollès y Alto Vinalopó se encuentran en la etapa final de la fase de crecimiento, con una buena resiliencia y aumentando su potencial y sus conexiones. Por su parte, los de la Ribeira Sacra y Anoia están en la fase de crecimiento, con una buena resiliencia, y un potencial y unas conexiones todavía bajos pero creciendo. Finalmente, los destinos turísticos de Osona, Sur de Jaén, Vitigudino y Jiloca aún están en la etapa final de la fase de redefinición y reorganización, con una baja resiliencia, pero que poco a poco está mejorando, un alto potencial y todavía pocas conexiones.

FIGURA 121
Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia como destino turístico de las comarcas analizadas



Fuente: elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002)

En cuanto a la sostenibilidad de los doce clústeres seleccionados los resultados de los indicadores son muy dispares. Así, destaca la alta sostenibilidad económica del après-esquí y esquí nocturno de la Cerdanya, a pesar de limitarse a la temporada de esquí, y, por el contrario, son muchos los que presentan una baja sostenibilidad, al menos en la actualidad, como el geocaching de Anoia, el turismo del patrimonio bélico de Jiloca, el ecoturismo del trigo de Osona, el turismo de deportes de aventura del Ripollès, el astroturismo de la Sierra Sur de Jaén y el arqueoturismo del Vitigudino. Se trata de unos productos turísticos con un desarrollo bastante incipiente, por lo que todavía deben consolidarse dentro del sector, y que están situados en unos destinos que aún presentan un cierto déficit de alojamientos, infraestructuras y servicios. A su vez, el enoturismo del Alt Penedès, las fiestas de Moros y Cristianos del Alto Vinalopó, el turismo religioso del Bages y el turismo de naturaleza de la Ribeira Sacra muestran una sostenibilidad económica media, con distintos matices, ya que habiendo superado sus primeros años de vida están formando un clúster más denso y colaborativo en lugares que ya comienzan a identificarse como destinos turísticos de interior.

A nivel sociocultural, al ser la mayoría productos basados en el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural del territorio, su sostenibilidad es alta. Las únicas excepciones son el après-esquí y esquí nocturno del clúster la Cerdanya, donde predomina el aspecto deportivo y de ocio, y el turismo de los deportes de aventura del Ripollès, donde predomina el deporte de riesgo.

En relación al ámbito medioambiental, también la mayoría de estos productos manifiestan una buena sostenibilidad en este aspecto. Solamente destacan negativamente las excepciones del turismo religioso en el Bages, donde la concentración de visitas en Montserrat es excesiva y la cantidad de visitantes recibidos es muy numerosa, y el après-esquí y esquí nocturno de la Cerdanya, también con una alta concentración de practicantes y que necesita importantes cantidades de agua para generar la nieve artificial, luz para las pistas nocturnas y accesos, energía para la maquinaria (cañones de nieve artificial, telesillas, telearrastres, etc.), utilizar terreno que antes era forestal para crear nuevas pistas e instalaciones y disponer de más accesos y aparcamientos. Todo ello sin tener en cuenta la contaminación lumínica que produce en la comarca.

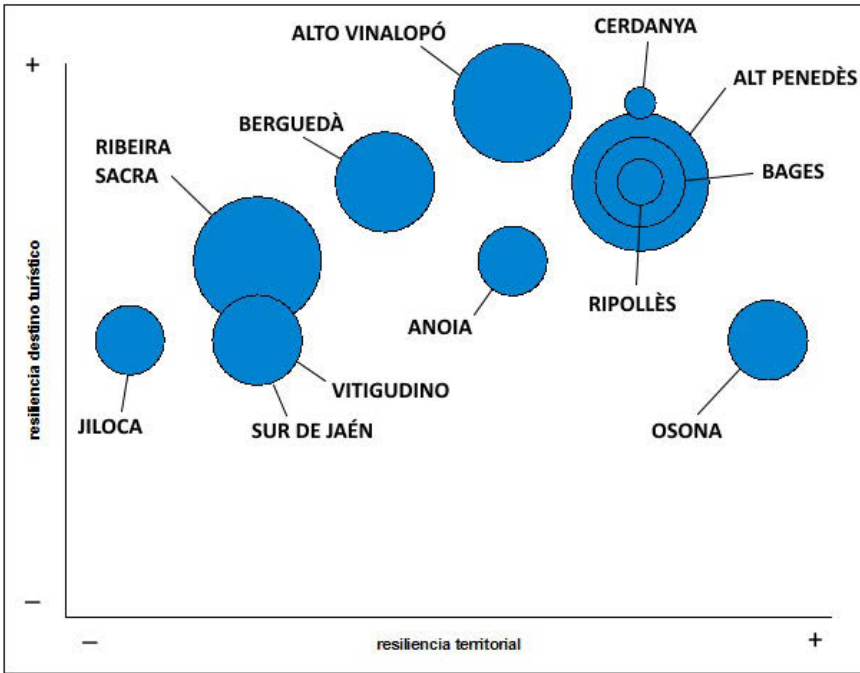
En conjunto, los clústeres que actualmente presentan una mayor sostenibilidad global, según los resultados de los indicadores, son, por este orden, el enoturismo del Alt Penedès, el turismo de naturaleza de la Ribeira Sacra y las fiestas de Moros y Cristianos del Alto Vinalopó. A continuación, en una posición algo más intermedia se encuentran el turismo religioso del Bages, el arqueoturismo del Vitigudino, el turismo industrial del Bages, el astroturismo de la Sierra Sur de Jaén, el ecoturismo del trigo de Osona, el turismo del patrimonio bélico de la comarca del Jiloca y el geocaching de Anoia. Finalmente, los clústeres con una sostenibilidad más baja son el turismo de los deportes de aventura del Ripollès, especialmente por su debilidad económica, y el après-esquí y el esquí nocturno de la Cerdanya, por sus impactos medioambientales y su poca relevancia sociocultural.

Sin embargo, tal como se ha indicado en el capítulo 2, esta sostenibilidad también está condicionada por la resiliencia del destino turístico en el que se encuentran y por la resiliencia territorial propia de la comarca. Por ello, teniendo en cuenta estos dos aspectos, que influyen decisivamente en cómo cada uno de estos clústeres puede absorber y/o afrontar los impactos que reciba, se ha confeccionado el gráfico siguiente (Figura 122), donde se presentan los doce clústeres mediante círculos situados en unos ejes que reflejan la mayor o menor resiliencia de la comarca como territorio y como destino turístico.

Así, tal como se refleja en el gráfico anterior, los dos clústeres menos sostenibles globalmente (el del «après-esquí» y esquí nocturno de la Cerdanya y el del turismo del deporte de aventura del Ripollès) se encuentran, sin embargo, en sendas comarcas con una buena resiliencia territorial y también como destino turístico, lo que les puede permitir amortiguar los impactos que reciban o reorientar sus actividades. Asimismo, los clústeres del enoturismo en el Alt Penedès, el turismo religioso en el Bages y las fiestas de Moros y Cristianos en el Alto Vinalopó, conjugan su buena sostenibilidad con una buena resiliencia territorial y como destino turístico. A su vez, el clúster del turismo de naturaleza de la Ribeira Sacra, a pesar de su buena sostenibilidad y de la buena resiliencia de la comarca como destino

turístico, todavía tiene el riesgo de una resiliencia territorial bastante baja como comarca. Lo mismo les ocurre a los clústeres del patrimonio bélico de Jiloca, el arqueoturismo del Vitigudino y el astroturismo del Sur de Jaén, aunque en estos tres últimos casos la propia sostenibilidad es menor que en el caso de Ribeira Sacra. Finalmente, el «geocaching» de Anoia es un caso algo distinto, ya que se encuentra en una comarca con una buena resiliencia territorial y buen destino turístico, siendo el producto «geocaching» el principal riesgo.

FIGURA 122
Sostenibilidad de los clústeres seleccionados



NOTA: Cada círculo tiene un tamaño que depende de su propia sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

7 Conclusiones

Gemma Cànoves

La planificación del turismo de interior a escala local es muy diversa, ya que debe considerar las diferentes situaciones en las que puede plantearse su desarrollo, dependiendo de los recursos naturales y patrimoniales que se encuentren en el territorio y puedan ser puestos en valor turístico, así como otras variables muy heterogéneas como, por ejemplo, las infraestructuras y los accesos, el clima o la seguridad. En el capítulo anterior se han mostrado los diferentes posicionamientos en los que se encuentra cada uno de los doce clústeres aquí analizados, teniendo en cuenta su propia sostenibilidad económica, medioambiental y sociocultural, así como la resiliencia territorial y como destino turístico de la comarca en que se encuentran situados.

En el marco conceptual se ha constatado que los territorios de interior deben dinamizar sus potencialidades a partir de la puesta en valor turística de sus recursos naturales y/o patrimoniales, sus paisajes, sus actores, sus identidades y sus relaciones, canalizándolos hacia el desarrollo de nuevos productos turísticos acordes con las motivaciones de unos turistas más experimentados y exigentes, que demandan nuevas experiencias y actividades cada vez más personalizadas y teniendo muy en cuenta la mejor relación calidad-precio.

El desarrollo turístico sostenible es un proceso integrado en el que los aspectos económicos, sociales y medioambientales se interrelacionan con los agentes que los gestionan. Por ello es necesaria la evaluación continuada del mismo para poder diseñar las estrategias más adecuadas a la gestión sostenible de los productos turísticos, los clústeres creados a su alrededor y los destinos en los que se encuentran incorporados. Para ello es importante contar con la cooperación de todos los agentes implicados en ese desarrollo (comunidad local, administraciones públicas, empresas, asociaciones, instituciones de investigación, turistas y medios de comunicación).

De este modo, a partir de la investigación realizada sobre los doce productos turísticos seleccionados, mediante una batería de indicadores de sostenibilidad de los clústeres turísticos, así como analizando la resiliencia de las comarcas donde se localizan (territorio y destino turístico), se ha podido comprobar que los impactos globales afectan a los ámbitos locales. Por ello, los procesos alrededor del desarrollo de un producto turístico tienen que replantearse y reconfigurarse en función de dichos impactos de forma coordinada entre los agentes locales públicos y privados; con el objetivo de minimizar los riesgos derivados de las situaciones adversas que puedan presentarse.

La valorización turística de los recursos naturales y patrimoniales, muy ligados a la propia cultura e identidad del territorio, es una alternativa que permite reforzar el sentimiento identitario y de pertenencia a un lugar, sus tradiciones y su historia. De esta forma, ante los sucesivos impactos que han provocado desempleo, pérdidas importantes del poder adquisitivo y emigración; el turismo, en sinergia con otras actividades, se ha convertido en una herramienta fundamental para crear puestos de trabajo, retener la población y mejorar su renta personal. Sin embargo, estos nuevos productos turísticos pueden ser efímeros, ya que, por una parte, la competencia en la oferta es cada vez mayor y, por otra, su debilidad limita la reacción ante los impactos negativos. Además, los turistas son más vulnerables que los residentes a las situaciones de desastre porque son más dependientes, están menos familiarizados con los riesgos locales y con los recursos que tienen a su disposición para evitarlos. No podemos olvidar que, por su misma naturaleza, el turismo es un sector muy vulnerable a las crisis, ya que se basa en las expectativas y en la confianza. Por ello, es necesario conocer la causa de las crisis en turismo, sus fuentes y sus elementos provocadores, con el objetivo de poder realizar mejoras en las organizaciones y los destinos turísticos, en su seguridad, gestión, tecnología, promoción, actividades, servicios e infraestructuras, teniendo en cuenta que los riesgos, amenazas o crisis tienen una función tanto de probabilidad como de impacto, por lo que ambos pueden ser tremendamente subjetivos.

En base a los resultados obtenidos podemos constatar cómo cada destino manifiesta su distinta capacidad de resiliencia. Estas diferencias están relacionadas con sus características internas, su gobernanza, su capital social, su capacidad de gestión local, su cohesión interna y su dinámica relacional, entre otros aspectos. Asimismo, los doce productos turísticos analizados también presentan distintas capacidades de diversificación ante las nuevas demandas económicas y sociales de los espacios rurales. Para su desarrollo utilizan estrategias diversas, teniendo en cuenta que se encuentran en unos territorios que son objeto de una valoración creciente basada en una multifuncionalidad que permita cubrir las diferentes expectativas de los actores (agentes y turistas) y donde su propia identidad imprime al territorio una personalidad singular que le permite diferenciarse y así poder competir con ciertas garantías de éxito en un mercado globalizado. Ante ello, es necesario que el desarrollo de los clústeres turísticos sea sostenible no sólo económicamente sino también a nivel sociocultural y medioambiental. En muchas ocasiones esta sostenibilidad necesita el soporte de todos los agentes involucrados, creando clústeres cooperativos alrededor de un determinado producto, complementándose mutuamente con el objetivo de conseguir una mejor competitividad del destino. Las acciones conjuntas redundan en una mejora de la competitividad individual de las empresas que conforman dicho destino y que suelen ser micro o pequeñas empresas. Pero no sólo el clúster debe ser sostenible sino que se debe saber gestionar la resiliencia del destino, ya que la capacidad de transformación es una característica fundamental en los sistemas sustentables (sociales, ecológicos, políticos, económicos o tecnológicos), siendo la innovación y el aprendizaje algunos de los aspectos más importantes.

En este trabajo, la evolución de los ecosistemas al sufrir una perturbación es interpretada mediante la teoría del ciclo adaptativo. El ciclo de renovación adaptativa es un intento de capturar las propiedades no-lineales observadas durante el estudio de sistemas complejos que ayuda a observar el comportamiento en una escala determinada y en otra multiescalar (las interacciones recíprocas entre diferentes escalas), especialmente en aquellos sistemas socio-ecológicos, como es el caso del turismo de interior, donde la interacción y el desarrollo de la sociedad con su entorno es lo más importante. El aspecto más significativo que plantea este ciclo es la importancia que se le da a las fases de crecimiento y de desarrollo para realizar transformaciones radicales que permitan su sustentabilidad, teniendo en cuenta que las diferentes etapas del ciclo adaptativo no son aisladas si no que empiezan y terminan en un momento determinado, están integradas y son discontinuas en el tiempo. Por tanto, el ciclo de renovación adaptativa nos muestra, por un lado, que las fuerzas desestabilizadoras son un factor importante para mantener la diversidad, la resiliencia y la oportunidad, y por ello son importantes para la innovación, y por otro lado, las fuerzas estabilizadoras son también importantes para mantener la productividad y el crecimiento una vez reorganizado el sistema.

Finalmente, somos conscientes de que la selección de dichos indicadores se ha realizado partiendo de trabajos académicos previos, junto con la experiencia y conocimiento personal de los propios investigadores; por lo que sin duda presenta un importante componente de subjetividad. Aun así, entendemos que es necesario un acuerdo entre los investigadores del turismo sobre aquellos mínimos que deben conocerse y valorarse en la trayectoria de los diferentes destinos, con el fin de realizar un seguimiento lo más cerca del óptimo posible de su desarrollo y de las posibles respuestas ante los impactos negativos que se produzcan. Asimismo, para un buen funcionamiento de los clústeres alrededor de un determinado producto turístico, además del impulso inicial desde los emprendedores privados o desde la Administración Pública, es necesaria la existencia de una mentalidad positiva y abierta por parte de todos los agentes involucrados que permita su efectiva cooperación, de tal forma que su éxito se base en la generación y aprovechamiento de una serie de recursos compartidos por todos y adaptados a la realidad socioeconómica del destino.

La última consideración del estudio recae en haber aportado una metodología extrapolable a otros territorios con el objetivo de medir las fases de un destino turístico de interior y considerar su capacidad de ser resiliente y mantenerse vivo en su trayectoria de desarrollo. Hemos detectado que el dinamismo y cohesión de la comunidad local son elementos clave, junto con la ayuda de agentes externos y de la propia administración.

8 Bibliografía

- ABERNATHY, W. J. y CLARK, K. B. (1995): «Innovation Mapping the winds of creative destruction». *Research Policy*, 14 (1): 3-22.
- ALDECOA, J. S. (2006): «La Segunda República y la Guerra Civil (1931-1939)». En: *Historia de Monreal del Campo*, Monreal, pp. 235-252.
- ÁLVAREZ, A. (2004): «Cambio social y turismo: tendencias del turismo en el siglo XXI». Conferencia. *VIII Congreso Español de Sociología*, Alicante, 23-25 de septiembre.
- ÁLVAREZ, M. A. (2007): *Arqueología Industrial. El pasado por venir*. Colección «La herencia recuperada». Gijón: Editorial Cicees.
- AMAT, X. (2013): «La resiliencia del territorio alicantino». Tesis doctoral. Alicante: Universidad de Alicante.
- ANDRÉS, A. de (2007): «El turismo de naturaleza en España, sostenible por definición». *Actualidad Leader*, 36 (10): 10-13.
- ANDRÉS, J. L. (2004): *Imágenes rurales del Jiloca turolense*. Calamocha: Centro de Estudios del Jiloca.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIUDADES DEL VINO - ACEVIN (2014): *Informe de visitas a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España. Año 2013*. Alcázar de San Juan (Ciudad Real): Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN).
- ASSOCIACIÓ CATALANA D'ESTACIONS D'ESQUÍ I ACTIVITATS DE MUNTANYA - ACEM (2014): *Dades estadístiques*. Barcelona: Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya (ACEM).
- ATKINSON, A. B. (1970): «On the measurement of inequality». *Journal of Economic Theory*, 2, 244-263.
- AYAMAMÍ, G. (2011): *Per la comarca d'Anoia*. Cavall Bernat 65. Barcelona: Publicacions de la Abadía de Montserrat.
- BARBANCHO, A. G. (1982): *Población, empleo y paro*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- BARCELONA TURISME (2016): *Estadístiques de turismo a Barcelona*. Disponible en: http://professional.barcelonaturisme.com/Professionals/publicacions-estadistiques/publicacions-estadistiques-estadistiques/_fRw6AmMg-tpd1wpDRrhXUYNIBbD3WcHJ7U5Wj0HyL69RO2phtmljpxbw.
- BAROZET, E. (2004): «La Teoría de Redes y sus Aplicaciones en Ciencia Política: Una herramienta heurística». *Revista de Ciencia Política*, 22 (1): 17-38.
- BELUSSI, F. y SEDITA, S. (2009): «Life cycle vs. multiple path dependency in industrial districts». *European Planning Studies*, 17: 505-528.
- BENITO, P. (2012): «Territorio, paisaje y herencia industrial». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 58 (3): 25-44.

- BIGGS D., HALL M. y STOECKL, N. (2011): «The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand». *Journal of Sustainable Tourism*, 2011 (1): 1-21.
- BLACKSTOCK, K.; MCCRUM, G.; SCOTT, A. y WHITE, V. (2006): *A Framework for Developing Indicators of Sustainable Tourism*. Aberdeen (Escòcia): The Macaulay Institute & The Cairngorms National Park.
- BLANCAS, F. J.; GONZÁLEZ, M.; GUERRERO, F. y LOZANO, M. (2010): «Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía». *Rect@*, 11: 85-118.
- BLANCHON, J. L. (2004): *La guía de tota la Cerdanya i el Capcir*. Barcelona: Editorial Sinopsis.
- BOSCHMA, R. y FORNAHL, D. (2011): «Clúster evolution and a roadmap for future research». *Regional Studies*, 45: 1295-1298.
- BOSCHMA, R. y WENTING, R. (2007): «The spatial evolution of the British automobile industry: does location matter?». *Industrial and Corporate Change*, 16: 213-238.
- BOULLON, R. (2000): *Ecoturismo*. Buenos Aires: Librerías Turísticas.
- BRAVO, S. (2004): *La competitividad del sector turístico*. Madrid: Boletín Económico del Banco de España.
- BRENNER, T. (2004): *Local Industrial Clústeres: Existence, Emergence and Evolution*. London: Routledge.
- BRIGUGLIO, L.; CORDINA, G. y BUGEJA, S. (2006): *Conceptualizing and Measuring Economic Resilience*. Mimeo Department of Economics, University of Malta.
- BRUNETTI, F. (2002): «Destination Management: aspetti problematici, significato e percorsi alla ricerca di una qualità ad effetto prolungato». En: FRANCH, M. y GIAPPICHELLI (eds.). *Destination Management: alla ricerca di una soluzione possibile.*, pp. 24-62.
- BRUNORI, G. y ROSSI, A. (2001): «Synergy and coherence through collective action: some insights from Wine routes in Tuscany». *Sociologías Rurales*, 40 (4): 409- 423.
- BRUSIS, R. (2007): «Models de gestió del paisatge vitivinícola. El turisme enològic». *I Congrés d'Art i Paisatge Vitivinícola*. Lavern-Subirats (no publicado).
- BUCKLEY, R. (2000): «Neat Trends: Current Issues in Nature, Eco and Adventure Tourism». *International Journal of Tourism Research*, 2: 437-444.
- BUHALIS, D. (2003): *eTourism. Information technology for strategic tourism management*. Essex: Pearson Education Limited.
- BUTLER, R. W. (2011): «Mature Tourist Destinations: Can be recapture and retain the magic». Conferencia dictada en el *Seminario Internacional Renovestur* (24-25 de noviembre). Alicante: Universidad de Alicante e Instituto de Investigaciones Turísticas.
- CÁMARA DE COMERCIO Y DIPUTACIÓN DE BARCELONA (2012): *Impacte econòmic de l'activitat turística a Osona*. Disponible en: <http://goo.gl/4iFy6v> (consultado el 15/06/2015).

- CAMPILLO, X. y VILARÓ, A. (1988): «Introducció al programa MAB-6 ALT PIRINEU: L'àrea d'estudi». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 12: 7-19.
- CÀNOVES, G. (2006): «Turismo religioso en Montserrat: montaña de fe, montaña de turismo». *Cuadernos de Turismo*, 18: 63-76.
- CÀNOVES, G. y BLANCO, A. (2011): «Turismo religioso en España: ¿la gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente». *Cuadernos de Turismo*, 27: 115-131.
- CÀNOVES, G.; HERRERA, L. y VILLARINO, M. (2005): «Turismo rural en España: paisajes y usuario, nuevos usos y nuevas visiones». *Cuadernos de Turismo*, 15: 63-76.
- CÀNOVES, G.; VILLARINO, M.; BLANCO, A., DE UÑA, E. y ESPEJO, C. (2014): *Turismo de interior: renovarse o morir*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia.
- CAPEL, H. (1996): «La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 29: 19-50.
- CARBALLO, R.; FRAIZ, J. A. y RIVO, E. (2013): «La Ribeira Sacra como destino turístico: Análisis desde la perspectiva de sus visitantes». *Revista Galega de Economía*, 22 (1): 11-30.
- CASANELLES, E. (2001): *El Patrimonio Industrial*. Arqueología Industrial, Patrimonio y Turismo Cultural. Gijón: INCUNA.
- CASANOVA, J. (coord.) (1992): *El pasado oculto. Fascismo y violencia en Aragón, 1936-1939*. Madrid: Siglo XXI.
- CASTAÑO, J. M., MORENO, A. y CREGO, A. (2006): «Factores psicosociales y formación de imágenes en el turismo urbano: un estudio de caso sobre Madrid». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4 (3): 287-299.
- CATALUNYA CAIXA (2014): *Anuari Econòmic Comarcal 2014*. Barcelona: Servei d'Estudis de Catalunya Caixa.
- CEBALLOS-LACURAÍN, H. (1996): *Tourism, Ecotourism and Protected Areas*. Gland, Suiza: IUCN.
- CHANG, S. (2009): «Urban disaster recovery: a measurement framework and its application to the 1995 Kobe earthquake». *Disasters*, 34 (2): 303-327.
- CHRISTOPHERSON, S.; MICHIE, J. y TYLER, (2010): «Regional resilience: theoretical and empirical perspectives». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3: 3-10.
- COMAS, J. y GUÍA, J. (2005): «Managing Seasonality Through Innovation in Tourism Firms: The Role of Positioning in Relational networks», En: SWARBROOKS, J.; SMITH, M. y ONDERWATER, L. (eds.). *Networking and Partnership in destinations and development management*. Arnhem: ATLAS Conference.
- CONSELL REGULADOR DE LA DENOMINACIÓ D'ORIGEN PENEDÈS (2016): *Estadístiques*. Vilafranca del Penedès: CRDOP.
- CONSORCIO DE PROMOCIÓ TURÍSTICA DEL ALT PENEDÈS - ENOTURISME (2016): *Datos estadísticos*. Vilafranca del Penedès: ENOTURISME. Disponible en: <http://www.enoturismepenedes.cat/ca>.

- COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D. y WANHILL, S. (2008): *Tourism: Principles and Practice*. London: Pearson.
- CORK, S. (2009): *Brighter prospects: Enhancing the resilience of Australia*. Melbourne: Australia21.
- CORRAL, J. A. (2012): «La implantación del Sistema Español de Calidad Turística en Destinos (SICTED): un caso práctico de gestión de destinos». *TURyDES, Turismo y Desarrollo Local*, 5 (13): 1-28.
- CORRAL, J. A., PUIGVÍ, S. y FERRER, L. (2009): «¿Cómo ha ido la feria? Estimación del impacto económico de acontecimientos turísticos: tres estudios de caso». *Cuadernos de Turismo*, 24: 9-27.
- COSTA, J.; FERRER, E. M.; LLORENTE, M.; MARIN, R. y ROS, E. (2008a): *Dossiers comarcals. El Bages*. Barcelona: Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya.
- COSTA, J.; FERRER, E. M.; LLORENTE, M.; MARÍN, R. y ROS, E. (2008b): *Dossiers comarcals. El Berguedà*. Barcelona: Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya.
- COWELL, F. (1999): «Measurement of inequality». En: A. B. ATKINSON y F. BOURGUIGNON (eds.). *Handbook of Income Distribution*. Amsterdam: Elsevier.
- CRABTREE, R. y BAYFIELD, N. (1998): «Developing sustainability indicators for mountain ecosystems: a study of the Cairngorms, Scotland». *Journal of Environmental Management*, 52: 1-14.
- CRESPO, J. (2011): «How emergence conditions of technological clusters affect their viability? Theoretical perspectives on cluster life cycles». *European Planning Studies*, 19: 2025-2046.
- CRESPO, J.; SUIRE, R. y VICENTE, J. (2014): «Lock-in or lockout? How structural properties of knowledge networks affect regional resilience». *Journal of Economic Geography*, 14: 199-219.
- CROUCH, G. L y RITCHIE, J. R. B. (1997): «Tourism, Competitiveness and Social Prosperity». *Journal of Business Research*, 44 (3): 137-152.
- CRUZ, S. y TEIXEIRA, A. (2010): «The evolution of the cluster literature: shedding light on the regional studies. Regional science debate». *Regional Studies*, 44(9): 1263-1288.
- CUBAS, N., HIDALGO, D. y SALINAS, M. (coords.) (2010): *Arqueología, Patrimonio, Prehistoria e Historia Antigua de los pueblos sin pasado*. Ecos de la Lusitania en Arribes del Duero, Ediciones Universidad de Salamanca.
- D'HARTESERRE, A. (2000): «Lessons in managerial destination competitiveness in the case of Foxwoods Casino Resort». *Tourism Management*, 21 (1): 23-32.
- DAVIDSON, D. J. (2010): «The applicability of the concept of resilience to social systems: Some sources of optimism and nagging doubts». *Society and Natural Resources*, 23: 1135-1149.
- DAVIS, P. (2008): «New museologies and the ecomuseum». En: B. J. GRAHAM y P. HOWARD (eds.) *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*. Aldershot: Ashgate, pp. 397-414.

- DAVOUDI, S. (2012): «Resilience: A bridging concept of a dead end?». *Planning Theory and Practice*, 13(2): 299-333.
- DE SAUSMAREZ, N. (2007): «The potential for tourism in post-crisis recovery: lessons from Malaysia's experience of the Asian financial crisis». *Asia Pacific Business Review*, 13 (2): 277-299.
- DE OLIVEIRA, G. E. (2007): «Modelos teóricos aplicados al turismo». *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16, nº 1.
- DENG, J.; KING, B. y BAUER, T. (2002): «Evaluating natural attractions for tourism». *Annals of Tourism Research*, 29 (2): 422-438.
- DGABMP (2014): Estadísticas de museos. Disponible en: http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organismes/dgpc/temes/museus/servei_de_museus_i_proteccio_de_bens_mobles/estadistiques_de_museus_70_pdf/ (consultado el 10/12/2014).
- DEPUTACIÓN DE LUGO (2016): *Portal de transparencia*. Disponible en: <http://portaltransparencia.deputacionlugo.org/es/web/guest/informacion-economica-presupuestaria-y-estadistica>.
- DEPUTACIÓN DE OURENSE (2016): *Indicadores de transparencia*. Disponible en: <http://www.depourense.es/index.php/es/indicadores-de-transparencia-es/37-indicadores-de-transparencia/116-indicadores-de-transparencia-es>.
- DÍEZ, D., (2008): «La contribución de los grupos de acción local al desarrollo turístico del interior de Alicante». En: IVARS, J. A. y VERA, J. F. (eds.). *Espacios turísticos: mercantilización, paisaje e identidad*, XI Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Universidad de Alicante y Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), Alicante, pp. 71-82.
- DÍEZ, D. (2012): «Los turismos de interior: un enfoque desde la dimensión de las modalidades turístico-recreativas». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 58 (3): 373-396.
- DÍEZ, D. (2013): «La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas». *Investigaciones Turísticas*, 1 (1): 69-92.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA - DIBA (2014): *Activitat turística a la província de Barcelona. Informe anual*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA - DIBA (2016): *Estadístiques*. Disponible en: <http://www.diba.cat/web/biblioteques/dades-estadistiques>.
- DIPUTACIÓ DE GIRONA (2016): *XIFRA. Sistema d'Informació Socioeconòmica Local*. Disponible en: http://www.ddgi.cat/xifra/menu_mun.asp.
- DIPUTACIÓN DE ALICANTE (2016): *Estadísticas municipales*. Disponible en: <http://www.dip-alicante.es/documentacion/buscar.asp>.
- DIPUTACIÓN DE JAÉN (2016): *Estadísticas municipales*. Disponible en: <http://www.dipujaen.es/municipios>.
- DIPUTACIÓN DE SALAMANCA (2016): *Estadísticas municipales*. Disponible en: <http://www.lasalina.es>.
- DIPUTACIÓN DE TERUEL (2016): *Estadísticas comarcales y municipales*. Disponible en: <http://www.dpteruel.es/DPT/Dpteruel.nsf/Int?openPage&URL=WebDPT/Municipios.nsf/NComarca?OpenForm>.

- DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE JAÉN (1997): *Atlas Hidrogeológico de Jaén*. DPJ: Jaén.
- DOLNICAR, S. (2002): *Activity-Based Market Subsegmentation of Cultural Tourists*. Comunicación presentada en la 12th International Research Conference for the Council of Australian University Tourism and Hospitality (CAUTHE). Fremantle, Western Australia, 6-9 de febrero. Disponible en: <http://ro.uow.edu.au/commpapers/266>.
- DOWLING, R. y NEWSOME, D. (eds.) (2010): *Global Geotourism Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- DREDGE, D. (2006): «Policy Networks and the Local Organization of Tourism». *Tourism Management*, 27: 269-280.
- DU CROS, H. y McKERCHER, (2015): *Cultural Tourism*. London: Routledge.
- DYWER, L.; FORSYTH, R. y RAO, P. (2000): «The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations». *Tourism Management*, 21 (1): 9-21.
- ECOESPAÑA y WRI (2009): *Recursos Mundiales: Las raíces de la resiliencia-aumentar la riqueza de los pobres*. Madrid: Ecoespaña. Fundación Biodiversidad.
- EDWARDS, C. (2009): *Resilient Nation*. Londres: Demos.
- EDWARDS, J. y LLURDÉS, J. C. (1996): «Mines and quarries: Industrial heritage tourism». *Annals of Tourism Research*, 23 (2): 341-363.
- ELORIE, F. (2009): «El papel de las redes sociales en la actividad económica: el caso de los restauradores de Lille», *Redes*, 16: 203-227.
- ENOTURISMEPENEDÉS (2015): *Penedès i enoturisme*. Disponible en: <http://www.enoturismepenedes.cat/ca/penedes-i-enoturisme>.
- ETIS (2013a): *Toolkits for Sustainable Destinations*. Bruselas: DG Enterprise & Industry, Unión Europea.
- ETIS (2013b): *Detailed Indicator Reference Sheets for Sustainable Destinations*. Bruselas: DG Enterprise & Industry, Unión Europea.
- EUROPARC-España (2015): *Sociedad y Áreas protegidas*. Programa estratégico 2014-2020, Madrid, Documento de Trabajo.
- EUROPEAN COMMISSION (2011): *Estimating the economic value of the benefits provided by the tourism recreation and employment supported by Natura 2000*. Final Report, DG Environment.
- FARRELL, B. H. y TWINING-WARD, L. (2004): «Reconceptualising tourism». *Annals of Tourism Research*, 31: 274-295.
- FERNÁNDEZ, F. A. y CABALLERO J. D. (2008): *Cultura andaluza: geografía, historia, arte, literatura, música y cultura.*, Madrid: MAD-Eduforma.
- FERNÁNDEZ, G. y RAMOS, A. (2000): «Innovación, desarrollo y medio local. Dimensiones sociales y espaciales de la innovación». *Scripta Nova*, nº 69 (55).
- FERNANDEZ QUIJADA, D. (2008): «El análisis de redes sociales aplicado al estudio de la estructura de las industrias culturales». Congreso Internacional Fundacional *Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Santiago de Compostela.
- FERROCARRILS DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA - FGC (2016): *Informe Anual*. Barcelona: FGC.

- FICENEC, S. V. (2010): «Building Regional Economic Resilience: What Can We Learn from Other Fields?». Extraído de: www.gwu.edu/~gwipp/Ficenec%20factors%20related%20to%20resilience.pdf. Consultado el 20/10/2014.
- FLORES, D. (2007): *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena, Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas*. Tesis doctoral. Huelva: Facultad de Ciencias Empresariales. Departamento de Economía General y Estadística. Universidad de Huelva.
- FLORES, D. y BARROSO, M. (2012): «El turismo como estrategia de desarrollo rural sostenible. Los parques naturales andaluces». *Revista de Estudios Empresariales* (segunda época), 1: 59-83.
- FLØYSAND, A. y JAKOBSEN, S. E. (2007): «Commodification of rural places: A narrative of social fields, rural development, and football». *Journal of Rural Studies*, 23(2): 206-221.
- FONT, J. (2004): *Osona: la terra i la gent*. Vic: Eumo.
- FOSTER, K. A. (2007): «A Case Study Approach to Understanding Regional Resilience». Working Paper 2007-08, Berkeley: Institute of Urban and Regional Development, University of California, Berkeley.
- FREDMANN, P. y TYRVÄINEN, L. (2011): *Frontiers in Nature-based Tourism*. London: Routledge.
- FULLAGAR, S.; MARKWELL, K. W. y WILSON, E. (2012): *Slow Tourism Experiences and Mobilities*. Clevedon: Channel View.
- FULLANA, P. y AYUSO, S. (2002): *Turismo sostenible*. Barcelona: Rubes.
- FUNDACIÓN STARLIGHT (2015): *Datos generales*. Disponible en: <http://fundacionstarlight.org/> (consultado el 22/05/2015).
- FÜNFELD, H. y McEVOY, D. (2012): «Resilience as a useful concept for climate change?». *Planning Theory & Practice*, 13 (2): 324-328.
- GABINET ESTUDIS ECONÒMICS (2013): *Impacte econòmic de l'activitat turística al Berguedà*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- GALLEGO, I.; ALARCÓN, P. y TINEO, A. B. (2013): «Sistema de indicadores para la gestión de un destino turístico». *Estudios Turísticos*, 196: 9-31.
- GARAY, L. y CÀNOVES, G. (2011): «Life Cycles, stages and tourism history. The Catalonia (Spain) Experience». *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 651-671.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2014): «Nuevos lugares y nuevos productos turísticos», en: LÓPEZ PALOMEQUE, F. y CÀNOVES, G. (eds.). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 333-359.
- GETZ, D. y BROWN, G. (2006): «Benchmarking wine tourism development». *International Journal of Wine Marketing*, 18 (2), 78-97.
- GOELDNER, C. RITCHIE, J. y McINTOSH, R. (2000): *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- GORMSEN, E. (1981): «The spatio-temporal development of international tourism: attempt a centre-periphery model», en: *La consommation d'espace par le tourisme et sa preservation sa preservation*, Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence, pp. 150-170.

- GORMSEN, E. (1997). «The impact of tourism in coastal areas». *GeoJournal*, 42 (1): 39-54.
- GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2005): «La segunda residencia en Cataluña. Caracterización, impactos y retos». En: MAZÓN, T.; ALEDO, A. (eds.) *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Alicante: CAM Obras Sociales, Fundación Frax y Universitat d'Alacant.
- GRANDE, J. (2006): «La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza». *Estudios Turísticos*, 169/170: 85-102.
- GRUP DE RECERCA D'INDÚSTRIA I TERRITORI - GRIT (2011): *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques*. Reus: Departament d'Economia. Universitat Rovira i Virgili.
- GUTIÉRREZ, C. A. (2013): «La resiliencia como factor clave en la recuperación de destinos turísticos. Aplicación al caso de un desastre natural en Chile». Tesis doctoral. Valencia: Universidad de Valencia.
- GUZMÁN, J. R. (2004): *Geografía de los paisajes del olivar andaluz*. Olivicultura y Elaiotécnia. Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca.
- HAGUE, C. (2011): «Making cities and regions more resilient». Extraído de: cliffhague.planningresource.co.uk. Consultado el 26/6/2015.
- HALL, C. M. (2000): *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice Hall.
- HALL, C. M.; GÓSSING, S. y SCOTT, D. (2015): *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. London: Routledge.
- HALL, C. M.; SHARPLES, L.; CAMBOURNE, B. y MACIONIS, N. (eds.) (2000): *Wine tourism around the world: development, management and markets*. Oxford: Elsevier.
- HASSAN, S. S. (2000): «Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry». *Journal of Travel Research*, 38: 239-245.
- HEIDSIECK, C. B. y PELLETRET, C. (2012): «Répondre aux défis des territoires par l'union des associations et des entreprises». *Cahier Espaces*, 113: 129-137.
- HERNÁNDEZ, C. (2011) «Redes de relaciones, capital social y competitividad empresarial. El caso de los emprendedores locales». Tesis doctoral. Departamento de Economía y Administración de Empresas. Universidad de Burgos.
- HERNÁNDEZ, L.; PÉREZ, M. L. y ROJAS, A. (2000): *Villena ¡un tesoro!* Villena: Ayuntamiento de Villena.
- HERRANDO, P. y SIMÓN, M. (2012): «Observatorios militares durante la Guerra Civil en la Comarca del Jiloca y alrededores». *Xiloca. Revista del Centro de Estudios del Jiloca*, 40: 11-32.
- HERVÁS-OLIVER, J. L. (2014): «Clúster evolution: a capabilities based framework». Comunicación presentada en la *Geography of Innovation Conference*. Utrecht (Holanda), 24 de enero.
- HILL, E. W.; WIAL, H. y WOLMAN, H. (2008): «Exploring Regional Economic Resilience». Working Paper 2008-04, Berkeley: Institute of Urban and Regional Development, University of California, Berkeley.

- HJALAGER, A. M. (2002): «Repairing innovation defectiveness in tourism». *Tourism Management*, 23 (5): 465-474.
- HOLLING, C. S. (1986): *The general resilience of terrestrial ecosystems; local surprise and global change*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- HOLLING, C. S. y GUNDERSON, L. H. (2002): «Resilience and adaptive cycles», en: L. GUNDERSON y C. S. HOLLING (eds.). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*, pp. 25-62. Washington, DC: Island Press.
- HOPKINS, R. (2008): *The Transition Handbook. From oil dependency to local resilience*. Totnes: Green Books.
- HOPKINS, R. (2010): «Localisation and resilience at the local level. The case of Transition Town Totnes (Devon, UK)». Tesis doctoral. Plymouth: University of Plymouth.
- HORRACH, B. (2014): «Destinos turísticos, entre la renovación y la reinención. Repensar los destinos turísticos maduros. El caso del litoral de Mallorca», en: LÓPEZ PALOMEQUE, F. y CÀNOVES, G. (eds.). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 189-200.
- HOSTELTUR (2014): *Dossier Turismo de esquí*. Palma de Mallorca: Hosteltur.
- HU, J. W. y RITCHIE, B. (1993): «Measuring Destination Attractiveness. A Contextual Approach». *Journal of Travel Research*, 32 (2): 25-34.
- HUDSON, R. (2010): «Resilient regions in an uncertain world: wishful thinking or a practical reality?». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3: 11-25.
- HUGHES, H. L. (2002): «Gay men's holiday destination choice: A case of risk and avoidance». *International Journal of Tourism Research*, 4 (4): 299-312.
- HUNTER, C. (2002): «Sustainable tourism and the touristic ecological footprint». *Environment, Development and Sustainability*, 4 (1): 7-20.
- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA - IDESCAT (2016): *Estadístiques*. Disponible en: <http://www.IDESCAT.cat/es/economia/ecotur.html>.
- INSTITUTO ARAGONÉS DE ESTADÍSTICA - IAEST (2016): *Estadística Local*. Disponible en: <http://www.aragon.es/IAEST>.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA - IECA (2016): SIMA: estadística municipal. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/consultasActividad.jsp?CodOper=104&sub=38120>.
- INSTITUTO GALLEGO DE ESTADÍSTICA - IGE (2016): *Estadísticas de Galicia*. Disponibles en: <http://www.ige.eu/web>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - INE (2016): *Estadísticas del mercado laboral*. Disponible en: http://www.INE.es/dyns/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735976595.
- INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA - IVE (2016): *Estadísticas*. Disponible en: <http://www.ive.es/>

- IVARS, J. A. (2001): *La planificación turística en los espacios regionales en España*. Tesis Doctoral. Alicante: Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante.
- JANSEN-VERBEKE, M. (1997): «Urban tourism. Managing resources and visitors». En: Wahab, S. y Pigram, J. (eds.). *Tourism, Development and Growth*. London: Routledge, pp. 237-256.
- JESUIT, D. K.; RAINWATER, L. y SMEEDING, T. M. (2003): «Regional Poverty within the Rich Countries». *Research on Economic Inequality* 9, 345-377.
- JIMÉNEZ, M. y SALINAS, M. (2013): «Territorio vetón: aspectos históricos, patrimoniales y culturales». Interpretar la Frontera. *Jornadas de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Local*. Salamanca: Ediciones de la Diputación de Salamanca, pp. 127-146.
- JOVER, M^a J. (2009): «Las rutas del vino como ejemplo de desarrollo local y turístico integrado. Algunas consideraciones sobre la provincia de Alicante». En: MARTÍNEZ, A., SOLER, J. L., LARROSA, J. A. y JOVER, M. J., (coords.) *Desarrollo local, recursos culturales y planes de dinamización de producto turístico en los espacios de interior. Análisis de políticas y escenarios futuros*. Alicante: Ed. Plan de Dinamización de Producto Turístico de Villena y Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante, pp. 106-119.
- JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (2016): *Sistema de Información Estadística*. Disponible en: http://www.jcyl.es/sie/sas/broker?_PROGRAM=mddbpgm.v2.indexv2.scl&_SERVICE=sasweb&_DEBUG=0&menu=index.
- JURADO, A. y PÉREZ, J. (2014): *Disparidades entre las comunidades autónomas españolas en el período 2007-2012*. VII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España. Madrid: Fundación FOESA.
- KOHLI, M. (2005): «Generational Changes and Generational Equity». En M. L. JOHNSON (ed.). *The Cambridge Handbook of Age and Ageing*. Cambridge University Press: Cambridge, pp. 518-526.
- LATOUCHE, S. (2008): *La apuesta por el decrecimiento. ¿Cómo salir del imaginario dominante?* Barcelona: Icaria.
- LEIPER, N. (1979): «The framework of tourism». *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 390-407.
- LEIPER, N. (1990): *The tourism system*. Collingwood: Rmit Press.
- LEW, A. (2012): «Sustainability, Life Cycles and resilience». Conference. Nanjing (Chiina): Nanjing University, 13 de noviembre.
- LEW, A. (2013): «Scale, Change and Resilience in Community Tourism Planning». *Tourism Geographies*, 16(1): 14-22.
- LÓPEZ GUZMÁN, T.; RODRÍGUEZ GARCÍA, J. y VIEIRA, A. (2013): «Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España». *Cuadernos de Turismo*, 32: 171-188.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2009): *Atles del turismo a Catalunya*. Barcelona: Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. y CÀNOVES, G. (eds.) (2014): *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades.

- LORENZEN, M. (2005): «Why clusters do change?». *European Urban and Regional Studies*, 12: 203-208.
- LUTHE, T. y WYSS, R. (2014): «Assessing ad planning resilience in tourism». *Tourism Management*, 44: 161-163.
- LLURDÉS, J. C. (1999): «Patrimonio Industrial y Patrimonio de la Humanidad. El ejemplo de las colonias textiles catalanas. Potencialidades turísticas y algunas reflexiones». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28: 147-160.
- MALDONADO, J. M. (2007): *El frente de Aragón. La Guerra Civil en Aragón, 1936-1938*. Zaragoza: Mira.
- MARTÍN, L. F. (2010): «Proyecto Red de Castros y Verracos Célticos “La Ruta de los Castros y Verracos en la frontera hispano-lusa: arqueoturismo celta en Ávila, Salamanca, Tras-os-Montes y Tâmega”». *Estudios de Turismo Rural y Cooperación entre Castilla y León y Portugal*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp. 195-212.
- MARTÍN, M. I. (2000): «El turismo rural como motor de desarrollo en las comarcas de Castilla y León». *Revista Economía y Finanzas de Castilla y León*, 4: 155-173.
- MARTIN, R. (2012): «Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks». *Journal of Economic Geography*, 12: 1-32.
- MARTIN, R. y SUNLEY, P. (2011): «Conceptualizing cluster evolution: beyond the life cycle model?». *Regional Studies*, 45 (10): 1299-131.
- MARTÍNEZ, A. (1998): *Villena: Industrialización y cambio social (1780-1940)*. Alicante: Universidad de Alicante.
- MARTÍNEZ, A. (2013): «Turismo de interior, identidad y cultura *glocal*. Valoraciones y propuesta». En: MELGOSA, F. J. (coord.) *Turismos de interior*. Madrid: Síntesis, pp. 43-77.
- MARTÍNEZ, A. (2014): «La ruta del vino en la provincia de Alicante ¿Oportunidad u oportunismo?». En: LÓPEZ PALOMEQUE, F. y CÁNOVES, G. (coords.) *Turismo y Territorio. Innovación, renovación y desafíos*, Barcelona: Tirant Humanidades, pp. 503-513.
- MARTÍNEZ DE BAÑOS, F. (coord.) (2004): *Guerra Civil. Aragón*. Zaragoza: Delsan.
- MARTOS, M. y PULIDO, J. I. (2010): «Una aproximación al análisis de la actividad turística en la ciudad». *Papers*, 47-48: 39-57.
- MATA, J. M. y SANZ, J. (2015): «Recorregut de recerca geològica i geoambiental per la comarca de l’Anoia: des de Jorba a Saió, Sant Martí de Tous, Aguiló i a la Panadella». *Xaragall. Revista de Ciències de la Catalunya Central*, 3: 1-13.
- McGLADE, J.; MURRAY, R. y BALDWIN, J. (2006): «Industrial resilience and decline: a co-evolutionary approach», en: E. GARNSEY y J. McGLADE (eds.). *Complexity and Co-Evolution: Continuity and Change in Socio-Economic Systems*, pp. 147-176. Cheltenham: Edward Elgar.
- McKERCHER, B. (2002): «Towards a classification of cultural tourists». *International Journal of Tourism Research*, 4: 29-38.

- MEDINA, F. X. y TRESSERRAS, J. (2008): «Turismo enológico y rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: D.O. Penedés, D.O. Priorat y D.O. Montsant». *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (3): 493-509.
- MÉNDEZ, R. (2012): «Ciudades y metáforas: sobre el concepto de resiliencia urbana». *Ciudad y territorio: Estudios territoriales*, XLIV, 172: 215-231.
- MÉNDEZ, R. (2013): «Estrategias de innovación para el desarrollo y la resiliencia de ciudades medias». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 59 (3): 481-499.
- MENZEL, M. P. y FORNAHL, D. (2010): «Clúster life cycles: dimensions and rationales of clúster development», *Industrial and Corporate Change*, 19: 205-238.
- MERINERO, R. (2011): «Redes de actores y desarrollo turístico: estudio de caso en Portugal». *Revista de Anàlisi Turístico*, 11: 9-21.
- MERINERO, R. y PULIDO, J. I. (2009): «Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos». *Cuadernos de Turismo*, 23: 173-193.
- MICHAEL, E. J. (2007). «Micro-clústeres in Tourism», en: MICHAEL, E. W. (ed.) *Micro-clústeres and networks. The growth of tourism*. Amsterdam: Elsevier, p. 33-42.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO - Mmmm (2007): *Análisis de la huella ecológica de España*. Madrid: Secretaría de Estado de Medio Rural y Agua. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.
- MONSALVATJE, F. (1987): *Catalunya Romànica X: El Ripollès*. Barcelona: Fundació Enciclopèdia Catalana.
- MUNICAT (2016): *Estadístiques comarcals i municipals de Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Disponible en: <http://www.municat.gencat.cat/index.php?page=hisendeslocals>.
- MUÑIZ, D. y BREA, D. (2010): «La cara emergente de la sostenibilidad». *Revista Encontres Científicos*, 6: 49-58.
- MUÑOZ, C. (2008): «El turismo en los espacios naturales protegidos españoles, algo más que una moda reciente». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 46: 291-304.
- MUÑOZ, A. I. (2012): «Análisis relacional de sistemas turísticos. Un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística». *Tourism & Management Studies*, 8: 55-64.
- MURPHY, P. (2000): «The destination product and its impact on traveller perceptions». *Tourism Management*, 21 (1): 43-52.
- NARVÁEZ, M. y FERNÁNDEZ, G. (2009): «Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la península de Paraguaná». *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 15 (2): 101-119.
- NAVARRO, D. (2015): «Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración». *Cuadernos de Turismo*, 35: 335-357.
- NAVARRO, L. y SÁNCHEZ, L. (1996): «Estudio socioeconómico de la comarca del Jiloca. Propuestas de desarrollo». *Teruel*, 83-84 (II): 7-200.

- NEWSOME, D.; MOORE, S. A. y DOWLING, R. K. (2012): *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Sydney: Channel View Publications.
- NIÑO-BECERRA, S. (2015): *La Economía. Una historia muy personal*. Barcelona: los libros del lince.
- NORDIN, S. (2003): *Tourism Clustering & Innovation*. Östersund (Suecia): ETOUR.
- NOVELLI, M; SCHMITZ, B. y SPENCER, T. (2006): «Networks, clústeres and innovation in tourism: A UK experience». *Tourism Management*, 27: 1141-1152.
- OBSERVATORI D'EMPRESA I OCUPACIÓ (2016): *Taxa d'atur registrat*. Departament d'Empresa i Ocupació. Generalitat de Catalunya. Disponible en: http://observatoriempresaiocupacio.gencat.cat/ca/obs_canals_interns/obs_consulta_interactiva_general/obs_atur_registrat_demandes_ocupacio/obs_dashboards_tar/ (consultado el 24/07/2016).
- OCDE (2010): *Innovation Strategy. Key findings*. Paris: OCDE.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (1985): *The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (1995): *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. Madrid: World Tourism Organization.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (1998): *Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para Administradores Locales*. Madrid: World Tourism Organization.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (2002): *El mercado europeo del ecoturismo*. Informe especial, 14. Madrid: World Tourism Organization.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (2004): *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT (2008): *Desarrollo sostenible del turismo*. Madrid: World Tourism Organization.
- ORMEROD, P. (2008): «Resilience after local economic shocks». *Applied Economics Letters*, 1-5.
- PALHARES, G. L. (2002): *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- PANOSSO, A. y LOHMANN, G. (2012): *Teoría del Turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. México, DF: Editorial Trillas.
- PARASKEVAS, A. y ARENDELL, B. (2007): «A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations». *Tourism Management*, 28: 560-573.
- PARDO, C. (2010): «El patrimonio industrial en España: análisis turístico y significado territorial de algunos proyectos de recuperación». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53: 239-264.

- PARELLADA, J. E. (2009): «El turismo religioso. Sus perfiles». Conferencia dada en Ávila del 11 al 13 de noviembre en las Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo.
- PARRA, E. y SANTANA, A. (2011): «Innovación en modelos organizativos: Un análisis a través de los Clúster de Turismo Españoles». *Papeles de Economía*, 128: 254-265.
- PAULOVICH, K. (2002): «The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand». *Tourism Management*, 24: 203-216.
- PEARCE, D. G. (1989): *Tourist Development*. New York: Longman.
- PEARCE, D. G. (2012): *Frameworks for Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- PEDRALS, X. (1990): *El Berguedà a través del temps. Resum d'història*. Berga: Centre d'Estudis del Berguedà.
- PEDREÑO, A. y RAMÓN, A. (2009): «El turismo: globalización, competitividad y sostenibilidad», en J. Velarde (ed.). *El futuro de la economía española*. Colección Mediterráneo, nº 16. Alicante: Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante y Fundación Cajamar.
- PENDALL, R.; FOSTER, K. y COWELL, M. (2010): «Resilience and Regions: Building Understanding of the Metapho». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3 (1): 71-84.
- PÉREZ DE LAS HERAS, M. (2008): *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundi Prensa.
- PÉREZ, E.; RODRÍGUEZ, M. E. y RUBIO, F. (2003): *Turismo en la sociedad de la información: modelos emergentes. El entorno general*. Barcelona: UOC.
- PETROCCHI, M. (2001): *Gestão de pólos turísticos*. São Paulo: Futura.
- PFORR, C. (2006): «Tourism Policy in the Making: An Australian Network Study». *Annals of Tourism Research*, 33: 87-108.
- PIKE, S. (2004): *Destination Marketing Organizations*. Oxford: Elsevier.
- PIÑOL, A. y FONT, M. (2008): *El Penedès. Geografia, paisatge i patrimoni*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- PLUMMER, R., y ARMITAGE, D. R. (2007): «Charting the new territory of adaptive co-management: a Delphi study». *Ecology and Society*, 12 (2): 10. [online] URL: <http://www.ecologyandsociety.org/vol12/iss2/art10/>
- POLÈSE, M. (2010): «The resilient city: on the determinants of successful urban economies». Extraído de: [www1.ucs.inrs.ca/pdf/inedit2010_03.pdf]. Consultado el 22/10/2014.
- PONCE, S. (1999): *Transformacions agrícoles i canvi social a la comarca d'Osona: (segles XVIII-XX)*. Vic: Eumo.
- PONCE, G. y MARTÍNEZ, A. (2000): «Espacios y ejes industriales». *Cartografía temática de las tierras alicantinas*. Alicante: Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante, pp. 108-112.
- PONCE, S. y TORRENTS, J. (2015): «L'Ecomuseu del Blat, xarxa de patrimoni rural de la Plana de Vic». *Plecs d'Història Local*, 156: 11-12.

- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Londres: The MacMillan Press.
- PRAT, J. M. (2013): «El turismo industrial como elemento de revalorización del territorio: un análisis desde las relaciones sociales presentes en los destinos. Análisis de casos en Cataluña, Escocia y Alsacia». Tesis doctoral. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- PRAT, J. M. y CÀNOVES, G. (2014): «Análisis de la evolución de la concentración geográfica de los establecimientos de turismo rural en Cataluña». *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 34 (1): 155-177.
- PRAT, J. M. y CÀNOVES, G. (2012): «El patrimonio industrial como dinamizador del territorio. El caso del ecomuseo La Farinera, en Castelló d'Empúries (Cataluña)». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 58 (1): 79-100.
- PRAT, J. M. y DÍAZ, I. (2013): «Análisis de la sostenibilidad económica del turismo industrial. El caso de Cataluña». *Turydes*, 6, nº 14.
- PRATS, Ll. (2005): «Sistemes locals d'innovació turística: un model conceptual aplicat a la Costa Brava Centre». Tesis doctoral. Universitat Jaume I (Castelló) y Université Toulouse I - Sciences Sociales (Toulouse, Francia).
- PRIESTLEY, G. y LLURDÉS, J. C. (2007): «Reflexión final». En: *Estrategia y gestión del municipio*. Bellaterra: Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera. Universitat Autònoma de Barcelona, pp. 199-202.
- RAJ, R. y MORPETH, N. D. (2007): «Introduction: Establishing Linkages between Religious Travel and Tourism». En: R. RAJ y N. D. MORPETH (eds.). *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management. An International Perspective*. Wallingford, UK: CABI, pp. 1-14.
- RANJAN, R. (2012): «Natural resource sustainability versus livelihood resilience: Mode of groundwater exploitation strategies in developing regions». *Journal of Water Resources Planning and Management*, 138(5): 512-522.
- READER, I. (2015): *Pilgrimage. A Very Short Introduction*. Oxford, UK: Oxford University.
- RESILIENCE ALLIANCE. (2007): *Assessing resilience in social-ecological systems: a workbook for scientists*. Version 1.1. [online] Disponible en: URL: <http://www.seachangecop.org/sites/default/files/documents/2007%20RA%20assessing%20Resilience%20in%20SES%20-%20Scientists%20Workbook.pdf>.
- RICHARDS, G. (1996): *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB Internacional.
- RITCHIE, B. W. (2004): «Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry». *Tourism Management*, 25: 669-683.
- RITCHIE, B. W. (2009): *Crisis and disaster management for tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- ROCKSTRÖM, J., STEFFEN, W. y NOONE, K. (2009): «A safe operating space for humanity». *Nature*, 461: 472-475.
- RODRÍGUEZ, M. M. (2001): «La creación de clústeres turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos. Una aplicación a las Rías

- Bajas gallegas». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7 (3): 119-138.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, M. y RODRÍGUEZ CAMPO, M. L. (2012): «El senderismo dentro del contexto experiencial del turismo actual: ¿ocio o negocio?». *Decisión*, 11: 21-42.
- ROS, E.; FERRER, E. M. y COSTA, J. (2004): *Dossiers comarcals. L'Alt Penedès*. Barcelona: Departament de Comerç, Turisme i Consum. Generalitat de Catalunya.
- ROSE, A. y LIAO, S. Y. (2005): «Modelling regional economic resilience to disasters: a computable general equilibrium models of water service disruptions». *Journal of Regional Science*, 45: 75-112.
- RUBIO, P. y SANZ, M. A. (coord.) (2007): *Investigación aplicada al desarrollo de territorios rurales frágiles*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, Pressas Universitarias de Zaragoza.
- RUÍZ, G. y ÁLVAREZ-SANCHÍS, J. (eds.) (2011): *Castros y Verracos. Las gentes de la Edad del Hierro en el Occidente de Iberia*. Ávila: Diputación Provincial de Ávila.
- RUSSEL, N. y GRIGGS, G. (2012): *Adapting to Sea Level Rise: A Guide for California's Coastal Communities*. California Energy Commission. Extraído de: http://calost.org/pdf/announcements/Adapting%20to%20Sea%20Level%20Rise_N%20Russell_G%20Griggs_2012.pdf. Consultado el 24 de octubre de 2014.
- SABATÉ, J. (2004): «De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje». *Urbano*, 10: 42-49.
- SACASA, J. (2009): *El Ripollès: Territori i paisatge*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- SAÉZ, A. (2009). «Los micro-clústeres turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas?». *Semestre Económico* 12, nº 24, pp. 57-68.
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J. L. (2012): «Sensibilidad y Resiliencia de las Regiones Españolas durante las crisis económicas (1976-2011)». *Crisis económica e impactos territoriales. V Jornadas de Geografía Económica. Asociación de Geógrafos Españoles - AGE*. Girona: Universitat de Girona.
- SÁNCHEZ RIVERO, M. (2006): «Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles. Un Análisis provincial mediante modelos de estructura latente». *Revista de Análisis Turístico*, 1: 4-22.
- SANCHO, A.; GARCÍA, G. y ROZO, E. (2007): «Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables». *Annals of Tourism Research (en español)*, 9(1): 150-177.
- SANCHO, A. y GUTIÉRREZ, C. (2010): «Crisis del sector turístico? Una actitud resiliente hacia la sostenibilidad». Comunicación presentada en el *4º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo (Uruguay), 22-24 de septiembre.
- SANCHO, A. y VÉLEZ, Y. (2009): «La resiliencia como metodología para enfrentarse a las crisis del sector turístico». En: D. LÓPEZ y J. I. PULIDO (eds.):

- XIV Congreso AECIT: Retos para el turismo español. Cambio de paradigma*, pp. 39-50. Gijón: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- SANCHO, J. y VERA, J. F. (2008): *Turismo en espacios rurales y naturales*. Madrid: IGN, Monografías del Atlas nacional de España.
- SCHMALLEGGER, D. y CARSON, D. (2008): «Blogs in tourism: Changing approaches to information Exchanges». *Journal of Vacation Marketing*, 14 (2): 99-110.
- SCOTT, N.; BAGGIO, R. y COOPER, C. (2008): *Network Analysis and Tourism. From Theory to Practice*. Toronto: Channel View Publications.
- SHARPLEY, R. (2005): «International Tourism: The management of crisis». En: L. Pender y R. Sharpley (eds.). *The management of tourism*. London: Sage, pp. 275-287.
- SHIH, H. Y. (2006): «Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism». *Tourism Management*, 22: 844-856.
- SILBERBERG, T. (1995): «Cultural tourism: A business opportunity for museums and heritage sites». *Tourism Management*, 16: 66-69.
- SIMMIE, J. y MARTIN, R. (2010): «The economic resilience of regions: towards an evolutionary approach». *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3: 27-43.
- SMITH, M. (2015): *Issues in Cultural Tourism Studies* (3rd ed.). London: Routledge.
- SMITH, R. A., y HENDERSON, J. C. (2008): «Integrated beach resorts, informal tourism commerce and the 2004 tsunami: Laguna Phuket in Thailand». *International Journal of Tourism Research*, 10: 271-282.
- SOLSONA, F. J. (2009): «La planificación turística en espacios rurales». En: CROSBY, A. (coord.) *Reinventando el turismo rural. Gestión y desarrollo*. Barcelona: Editorial Alertes.
- STADEL, C. (2008): «Vulnerability, resilience and adaptation: rural development in the tropical Andes». *Pirineos*, 163: 15-36.
- STOECKL, N.; WALKER, D.; MAYOCCHI, C. y ROBERTS, B. (2004): *Douglas Shire Sustainable Futures: Strategic Planning for Implementation Project Report*. Canberra (Australia): CSIRO Sustainable Ecosystems.
- STRICKLAND-MUNRO, J. K., ALLISON, H. E., y MOORE, S. A. (2010): «Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities». *Annals of Tourism Research*, 37: 499-519.
- SUIRE, R. y VICENTE, J. (2009): «Why do some places succeed when others decline? A social interaction model of cluster viability». *Journal of Economic Geography*, 9: 381-404.
- TAIBO, C. (2009). *En defensa del decrecimiento. Sobre capitalismo, crisis y barbarie*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- TER WAL, A. y BOSCHMA, R. (2011): «Co-evolution of firms, industries and networks in space». *Regional Studies*, 45: 919-933.
- TERAP (2011): *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis*. Madrid: Universidad Carlos III, Volumen 2.

- TERMENS, M. (1985): *Biografia de la comarca de l'Anoia*. Barcelona: Fundació Salvador Vives Casajuana. Centre d'estudis Comarcals d'Igualada.
- TINSLEY, R. y LYNCH, P. (2001): «Small tourism business network and destination development». *International Journal of Hospitality Management*, 20 (4): 367-378.
- TOMÀS, J. (1994): *Descobrir Catalunya*. Barcelona: Premsa Catalana.
- TORRENTS, J. (2004): «L'Ecomuseu del Blat: un vell somni d'en Joan del Colomer». *Ausa*, 21 (153): 411-428.
- TORRENTS, J. (2009): *Femer fa graner: feines i eines de pagès a la Plana de Vic del segle XX*. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Generalitat de Catalunya.
- TORRES, A. (2010): «Sostenibilitat i modalitats turístiques: una anàlisi de casos a Catalunya». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 56, (3): 479-502.
- TORRES, A. (2012): «Turisme i sostenibilitat. Una proposta metodològica per a l'estudi de la sostenibilitat turística a escala municipal». Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.
- TORRES, A. (2013): «Turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal». *Investigaciones Turísticas*, 5: 162-170.
- TUÑÓN DE LARA, M. (1986): *La batalla de Teruel*. Teruel: Instituto de Estudios Turolenses.
- TURGALICIA (2014): *Plan Integral de Turismo de Galicia 2014-2016*. Xunta de Galicia. Disponible en: <http://issuu.com/turismodegalicia/docs/> (consultado el 18/03/2015).
- TURISMESTUDI (2013): *Impacte econòmic de l'activitat turística al Berguedà*. Berga: Gabinet d'Estudis Econòmics.
- TYRRELL, T. J. y JOHNSTON, R. J. (2008): «Tourism sustainability, resiliency and dynamics: Towards a more comprehensive perspective». *Tourism and Hospitality Research*, 8(1): 14-24.
- UNESCO (2015): *Intangible Cultural Heritage*. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=ENandpg=home>.
- VALLS, J. F. (1998): «Cambio de concepto en la gestión turística del municipio». *Estudios de Gestión Turística*, 7: 3-7.
- VALLS, J. F. (2004): *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- VAN KLINK, A. y DE LANGEN, P. (2001): «Cycles in industrial clusters: the case of the shipbuilding industry in the Northern Netherlands». *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92: 449-463.
- VARGAS, A. (2009): *El turismo industrial minero en la provincia de Huelva*. Huelva: Universidad de Huelva.
- VÁZQUEZ, A. (2005): *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Bosch Ediciones.
- VELASCO, M. (2008): «Gestión de destinos: ¿gobernabilidad del turismo o gobernanza del turismo?». Extraído de: (www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf5.pdf). Consultado el 8/11/2014.

- VÉLEZ, L. (2010): «Una apuesta metodológica para valorar la resiliencia turística en tiempos de crisis». Proyecto Fin de Màster. Facultat d'Economia. Universitat de València.
- VERA, J. F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. y ANTÓN, S. (1997): *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.
- VERA, J. F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. y ANTÓN, S. (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- VICÉNS, J. (2013): *Anuario Económico de España 2013*. Barcelona. Dpto. de Estudios y Aálisis Económico de La Caixa.
- VILADECANS, E. y JOFRE, J. (2006): *La localització geogràfica de la indústria a Catalunya: El paper de els economies d'aglomeració*. Barcelona: Departament de Treball e Indústria. Generalitat de Catalunya.
- VOGELER, C. y HERNÁNDEZ, E. (2000): *El Mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- WALL, G. Y MATHIESON, A. (2006): *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Prentice Hall.
- WALKER, B.; HOLLING, C. S. y CARPENTER, S. R. (2004): «Resilience, Adaptability and Transformability in Social-ecological Systems». Extraído de: (www.ecologyandsociety.org/vol9/iss2/art5/). Consultado el 21/10/2014.
- WALKER, B. y SALT, D. (2006): *Resilient thinking. Sustaining Ecosystems and people in a changing world*. Washington, DC: Island Press.
- WANG, L.; MADHOK, A. y LI, S. (2013): «Agglomeration and clústering over the industry life cycle: toward a dynamic model of geographic concentration». *Strategic Management Journal*, 35 (7): 995-1012.
- WEARING, S. y NEIL, J. (2000): *Ecoturismo: Impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis.
- WEIDENFELD, A., BUTLER, R. y WILLIAMS, A. M. (2011): «The role of clústering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector». *Current Issues in Tourism*, 14(7): 595-629.
- WHITE, V.; MCCRUM, G.; BLACKSTOCK, K. L. y SCOTT, A. (2006): *Indicators and Sustainable Tourism: Literature Review*. Aberdeen (Escocia): The Macaulay Institute.
- WILDING, N. (2011). *Exploring community resilience in times of rapid change*. Dunfermline: Carnegie UK Trust.
- WILLIAMS, S. (2009): *Tourism Geography, A new synthesis*. London: Routledge.
- WILLIAMS, S. y LEW, A. (2015) *Tourism Geography. Critical understandings of place, space and experience* (3rd ed.). London: Routledge.
- YBARRA, J. A. (1991): «Formaciones económicas en contextos de cambio: Distritos industriales en España. El caso del País Valenciano». *Revista de Estudios Regionales*, 30: 57-80.
- YEUNG, H. (2000): *Reconceptualising the «Firm» in New Economic Geographies: An Organisational Perspective*. Singapore: National University.
- YUNIS, E. (2003): «El marco internacional de la gestión sostenible del turismo: la visión de la Organización Mundial del Turismo». *A Distancia*, 21 (1): 16-21.

DESARROLLO TERRITORIAL

1. *Gobernanza territorial en España. Claroscuros de un proceso a partir del estudio de casos*, Joan Romero, Joaquín Farinós, eds.
2. *Territorialidad y buen gobierno para el desarrollo sostenible*, Joaquín Farinós, Joan Romero, eds.
3. *Los hábitos de movilidad en la Universitat de València (2005-2006). Problemas de acceso a los campus y sostenibilidad*, Juan M. Albertos, Joan Noguera, María D. Pitarch, Julia Salom
4. *De la economía global al desarrollo local. El alcance de la intervención de los agentes de empleo y desarrollo local*, Ana María Fuertes Eugenio, Leonardo Gatica Villarroel, eds.
5. *Nuevos factores de desarrollo territorial*, Joan Noguera Tur, Javier Esparcia Pérez, eds.
6. *Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España*, Julia Salom, Juan M. Albertos, eds.
7. *Cohesión e inteligencia territorial. Dinámicas y procesos para una mejor planificación y toma de decisiones*, Joaquín Farinós, Joan Romero, Julia Salom, eds.
8. *Desarrollo local y regional*, Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose, John Tomaney
9. *La gestión integrada de zonas costeras. ¿Algo más que una ordenación del litoral revisada?*, Joaquín Farinós Dasí, ed. y coord.
10. *Urbanismo y gobernanza de las ciudades europeas. Gobernar la ciudad por proyecto*, Gilles Pinson.
11. *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*, J. Fernando Vera Rebollo y Isabel Rodríguez Sánchez (eds.)
12. *Turismo de interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia*, Gemma Cànoves, Montserrat Villarino, Asunción Blanco-Romero, Elena De Uña, Cayetano Espejo (eds.)
13. *Identity and Territorial Character: Re-Interpreting Local-Spatial Development*, Julia Salom Carrasco and Joaquín Farinós Dasí (eds.)
14. *Ciudad y movilidad. La regulación de la movilidad urbana sostenible*, Andrés Boix Palop, Reyes Marzal Raga (eds.)
15. *Valencia, 1940-2014: Construcción y destrucción de la ciudad*, Josep Sorribes i Monrabal
16. *El Corredor Mediterráneo. Desencuentro político y territorial*, Eloïse Libourel

17. *Los Servicios Sociales en la provincia de Valencia. Análisis territorial y estado de la cuestión*, Lucía Martínez Martínez, Francesc Xavier Uceda-Maza, coords.
18. *Gobernanza y planificación territorial en las áreas metropolitanas. Análisis comparado de las experiencias recientes en Alemania y de su interés para la práctica en España*, Andreas Hildenbrand Scheid
19. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales*, G. Cánovas, A. Blanco-Romero, J. M. Prat, M. Villarino

DESARROLLO TERRITORIAL



El turismo en los espacios interiores se ha revelado como un activo para poner en valor los recursos naturales y socioculturales del territorio. El presente libro muestra cómo iniciativas de desarrollo endógeno, vinculadas a nuevos productos turísticos, son dinamizadoras de espacios interiores en España. El estudio incorpora una visión actualizada y más amplia de las dinámicas que se están produciendo en los territorios de interior y cómo el turismo puede contribuir a la dinamización de dichos espacios. Esto se concreta en 12 casos del territorio español que, a partir de productos turísticos innovadores, muestran la capacidad de poner en valor los recursos culturales, patrimoniales y naturales del territorio. Los resultados obtenidos reflejan el grado de sostenibilidad de los clústeres formados alrededor de un producto turístico y los diferentes niveles de desarrollo y de resiliencia ante situaciones de crisis social y económica. En cada una de las zonas se identifica la presencia de un determinado producto turístico, de un clúster existente, o en proceso de formación, que puede contribuir al desarrollo local y permite identificar la evolución tanto desde el punto de vista territorial como del destino turístico.

