



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
EMPRESA**

**Departamento de ciencias sociales, jurídicas y de la
empresa**

**Valoración del desarrollo turístico sostenible en
áreas rurales. Estudio aplicado al Valle de Ricote**

Autora:

D^a. María Dolores Gil Quiles

Directora:

Dra. D^a. María Dolores García Pérez

Murcia, 23 de octubre de 2014



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
EMPRESA**

**Departamento de ciencias sociales, jurídicas y de la
empresa**

**Valoración del desarrollo turístico sostenible en
áreas rurales. Estudio aplicado al Valle de Ricote**

Autora:

D^a. María Dolores Gil Quiles

Directora:

Dra. D^a. María Dolores García Pérez

Murcia, 23 de octubre de 2014



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO

La Dra. D^a. María Dolores García Pérez como Directora de la Tesis Doctoral titulada “Valoración del desarrollo turístico sostenible en áreas rurales. Estudio aplicado al Valle de Ricote”, realizada por D^a. María Dolores Gil Quiles en el Departamento de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Empresa, **autoriza su presentación a trámite** dado que reúne las condiciones necesarias para su defensa.

Lo que firmo, para dar cumplimiento a los Reales Decretos 99/ 2011, 1393/ 2007, 56/ 2005 y 778/ 98, en Murcia a 23 de octubre de 2014.

Dra. D^a María Dolores García Pérez

Agradecimientos

Son muchas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis, espero no olvidarme de ninguna.

En primer lugar, quiero agradecer a mi directora de tesis la Dra. D^a. María Dolores García Pérez, por sus valiosos consejos, por su apoyo y paciencia, y especialmente por esa manera de hacerme trabajar sin sentirme presionada.

Quiero agradecer a todas las personas del Valle de Ricote que amablemente han colaborado en este trabajo. A Miguel Garrido, escalador y equipador del sector de escalada *Las Víboras* y a Pablo Cano, profesor de la Facultad de Comunicación de la UCAM por facilitarme los primeros contactos con los agentes turísticos del *Valle de Ricote*. A todos los agentes turísticos que han participado en las entrevistas realizadas; D^a. María Victoria Martínez Lajarín, concejala de Turismo de Ricote; D. Pablo Box Martínez, concejal de deportes, turismo y educación de Blanca; D. Jose Raul Gómez Sánchez, miembro de la asociación cultural “la Carrahila” de Abarán; D. Antonio Molina Mellado, empresario turístico, gestor de la oficina de turismo de Blanca; D^a. Cristina Campillo, agente de desarrollo local de Ulea; D. Joaquín Campillo Espinosa, cronista oficial de Ulea; D. Pablo Melgarejo Moreno, alcalde de Ojós; D^a. M^a Dolores López Pina, responsable de la oficina de turismo de Abarán, D. Gonzalo Muñecas Herrera, gerente de la hostería Conde de la Vallesa en Blanca; D. Blas Martínez Basiber, encargado del museo de los belenes de Ojós; D^a Alma Fernández, agente de inserción laboral de Abarán.; D^a Mari Carmen García Carrión, técnico de juventud del municipio de Abarán; D^a. Lidia Martínez Gomáriz, guía turístico y miembro de la asociación Abarán Rural; D. Jose Andrés Palazón López, presidente de la asociación Abarán Rural; D. Jesús Box Molina, Empresario de turismo activo del club de piragüismo de Murcia; D. Francisco Juárez, empresario de turismo activo del club de piragüismo de Murcia. D. Antonio Sánchez, empresario de restauración; D^a Maria Cruz Gómez Molina, ex gerente del Consorcio del Valle de Ricote; D. Ángel Ríos, cronista de Blanca, y D. Jesús Ríos Palazón, empresario turístico gerente del complejo turístico “Las Navelas” en Blanca. Y a todos

aquellos residentes y visitantes anónimos que han participado en la fase de consultas.

También quiero expresar mi agradecimiento a Dr. Keith Done Responsable de investigación en el área de turismo de la Universidad de Gloucestershire; Dr. Richard Harper, responsable del grado en turismo de la Universidad de Gloucestershire; a Pedro Arroyo, responsable de la unidad de estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia; D. Enrique Ujaldón, ex Secretario Sectorial de Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y D. Miguel Lloret. Gerente del Balneario de Archena. A todos ellos por sus inestimables aportaciones.

Por último, quiero expresar mi “desagradecimiento” a todos mis amigos y familia, porque la añoranza de su compañía durante estos duros meses de esfuerzo, ha hecho más difícil este trabajo. Pido disculpas a todos aquellos a los que no he podido dedicar la atención que se merecían, y a partir de ahora prometo recuperar el tiempo que no hemos podido compartir.

*¿Cómo, y es posible, Sancho Panza hermano, que no conoces a tu vecino Ricote el morisco,
tendero de tu lugar?*

*Entonces Sancho le miró con más atención y comenzó a rafigurarle, y, finalmente, le vino
a conocer de todo punto, y, sin apearse del jumento, le echó los brazos al cuello, y le dijo:*

*¿Quién diablos te había de conocer, Ricote, en ese traje de moharracho que traes? Dime:
¿quién te ha hecho franchote, y cómo tienes atrevimiento de volver a España, donde si te
cogen y conocen tendrás harta mala ventura?*

Miguel de Cervantes Saavedra

Don Quijote de la Mancha

2ª parte, 1615

Capítulo LIV

ÍNDICE

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN	29
1.1. JUSTIFICACIÓN	29
1.2. OBJETIVOS	34
1.3. METODOLOGÍA	35
1.4. ESTRUCTURA DE LA TESIS	43
2. EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DE TURISMO RURAL	47
2.1. LOS INICIOS DE LA POLÍTICA RURAL EUROPEA	47
2.2. LA INICIATIVA LEADER DE DESARROLLO RURAL	49
2.2.1. Programa comunitario LEADER I (1991-1994)	49
2.2.2. Programa comunitario LEADER II (1994-1999)	53
2.2.3. Programa comunitario LEADER + (2000-2006)	56
2.3. LOS PROGRAMAS PRODER DE DESARROLLO RURAL. PRODER I Y PRODER II	57
2.4. PROGRAMAS DE DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE (2007-2013)	59
2.5. PLAN INTEGRAL DE TURISMO RURAL 2014	63
2.6. LA POLÍTICA TURÍSTICA EN LA UNIÓN EUROPEA	63
2.7. LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO RURAL EN LA REGIÓN DE MURCIA	66
3. MARCO GENERAL DEL TURISMO RURAL	73
3.1. CONCEPTO DEL TURISMO RURAL	73
3.2. CAUSAS DEL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL	82

3.3. IMPACTOS DEL TURISMO RURAL	93
3.3.1. Consideraciones generales	93
3.3.2. Los impactos sociales del desarrollo del turismo rural	96
3.3.3. Los impactos económicos del desarrollo del turismo rural	100
3.3.4. Los impactos ambientales del desarrollo del turismo rural	108
4. INDICADORES PARA MEDIR EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS RURALES	113
4.1. LOS INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	113
4.1.1. Contextualización del concepto de indicador	113
4.1.2. Revisión bibliográfica de la identificación de indicadores de desarrollo turístico sostenible	115
4.1.3. Cuadro resumen de indicadores de desarrollo turístico sostenible	132
4.2. LOS INDICADORES DE RESPUESTA	169
4.3. LOS INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN AREAS RURALES	171
4.3.1. Consideraciones previas para la selección de indicadores útiles en las áreas rurales	171
5. ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO RURAL	179
5.1. EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA	179
5.2. EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA	191
5.3. EL TURISMO RURAL EN EL VALLE DE RICOTE	198
5.3.1. Delimitación del destino turístico	198
5.3.2. Marco histórico	210
5.3.3. Los municipios del Valle de Ricote	216

5.3.4. El turismo en el Valle de Ricote	226
6. ESTUDIO EMPÍRICO. EL VALLE DE RICOTE	241
6.1. RESULTADO DE LAS PRUEBAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA	241
6.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS GRUPALES Y DE LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS EN PROFUNDIDAD	255
6.2.1. Análisis cualitativo de las entrevistas semiestructuradas en profundidad a expertos	260
6.2.2. Análisis cualitativo de entrevistas grupales en profundidad. Abarán	275
6.2.3. Análisis cualitativo de entrevistas grupales en profundidad. Blanca	284
6.2.4. Resumen global de subcategorías	295
6.2.5. Diseño de los indicadores de respuesta	304
6.3. ANÁLISIS DE LA FASE DE CONSULTA A VISITANTES Y RESIDENTES	307
6.3.1. Análisis de las consultas a residentes	308
6.3.2. Análisis de las consultas a visitantes	322
6.4. RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO	338
7. CONCLUSIONES Y APORTACIONES PRÁCTICAS	353
7.1. CONCLUSIONES	353
7.2. LÍNEAS ABIERTAS DE INVESTIGACIÓN	361
BIBLIOGRAFÍA	363
ANEXOS	379
ANEXO 1. SELECCIÓN FOTOGRÁFICA DE LAS PRUEBAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA	379
ANEXO 2. TEMAS TRATADOS EN LAS ENTREVISTAS GRUPALES	396
ANEXO 3. TEMAS TRATADOS EN LAS ENTREVISTAS	397

SEMIESTRUCTURADAS EN PROFUNDIDAD

ANEXO 4. MODELOS DE CONSULTAS A RESIDENTES Y VISITANTES	405
ANEXO 5. METODOLOGÍAS DE EVALUACION DE INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSICO	412

Índice de figuras

FIGURA 1. 1. Mapa conceptual de la metodología.....	45
FIGURA 2. 1. Metodología de aplicación de las ayudas al desarrollo rural contempladas en la iniciativa LEADER (botton-top).....	50
FIGURA 2. 2 . Efectos directos e indirectos sobre las comunidades locales a través del turismo rural de las distintas actividades financiadas por el programa LEADER I.....	52
FIGURA 2. 3. Sistema de retroalimentación de la red europea del programa LEADERII-	54
FIGURA 2. 4. Porcentaje de inversión destinada a programas de turismo rural en los programas de la iniciativa LEADER 1991-2006.	57
FIGURA 2. 5. Encuadramiento de la iniciativa LEADER dentro del PDRS.	60
FIGURA 2. 6. Distribución porcentual de la financiación de las diversas actividades establecidas en el programa LEADER I en la Región de Murcia.	68
FIGURA 2. 7. Grupos del programa LEADER + de la Región de Murcia	69
FIGURA 3. 1.El concepto de turismo rural.....	75
FIGURA 4. 1. Indicadores del Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013.....	121
FIGURA 4. 2. Esquema del sistema de indicadores del Observatorio LEADER. Ejemplo en la especificidad “enfoco ascendente”	122
FIGURA 4. 3. Resumen de los indicadores.....	133

FIGURA 4. 4. Ejemplo de la clasificación de dimensiones y subdimensiones en el cuadro de indicadores	134
FIGURA 4. 5. Ejemplo del diseño del cuadro de indicadores.	136
FIGURA 5. 1. Variación anual y porcentaje de la demanda de alojamientos rurales sobre el total de la demanda de alojamientos turísticos en España. Serie. 2001-2013.....	184
FIGURA 5. 2. Evolución de la estancia media en alojamientos de turismo rural en España. Serie 2006-2013.....	185
FIGURA 5. 3. Evolución del número de viajeros en alojamientos de turismo rural en España. Serie 2006-2013.....	186
FIGURA 5. 4. Evolución de la oferta y la demanda de turismo rural en España. Serie 2001-2013 El número de plazas ofertadas ha sido multiplicado por 10 para ampliar la escala, con el objeto de que la interpretación gráfica se más clara.	188
FIGURA 5. 5. Distribución de pernoctaciones totales por CCAA. Año 2013.	189
FIGURA 5. 6. Evolución de la demanda de turismo rural en la Región de Murcia. Serie 2001-2.013.....	193
FIGURA 5. 7. Evolución mensual de las pernoctaciones en alojamientos rurales en la Región de Murcia. Año 2012.	194
FIGURA 5. 8. Zonificación de turismo rural de la Región de Murcia	198
FIGURA 5. 9. Localización del Valle de Ricote	199
FIGURA 5. 10. Distribución territorial de los municipios del Valle de Ricote.	202
FIGURA 5. 11. Comunicación por carretera del Valle de Ricote.....	204
FIGURA 5. 12. Municipio de Abarán.	219
FIGURA 5. 13. Municipio de Blanca.....	222
FIGURA 5. 14. Municipio de Ricote	223
FIGURA 5. 15. Municipio de Ojós	224

FIGURA 5. 16. Municipios de Ulea y Villanueva del rio Segura	225
FIGURA 6. 1. Ficha de valoración del municipio de Abarán	247
FIGURA 6. 2. Ficha de valoración del municipio de Blanca	248
FIGURA 6. 3. Ficha de valoración del municipio de Ojós	249
FIGURA 6. 4. Ficha de valoración del municipio de Ricote	250
FIGURA 6. 5. Ficha de valoración del municipio de Ulea.....	251
FIGURA 6. 6. Ficha de valoración del municipio de Villanueva del Rio Segura	252
FIGURA 6. 7. Ficha de valoración del <i>Valle de Ricote</i>	254
FIGURA 6. 8. Estacionalidad de la demanda turística del Valle de Ricote. Año 2013	328
FIGURA 6. 9. Consulta a visitantes. Conocimiento de los recursos turísticos más emblemáticos	335
FIGURA 6. 10. Consulta a visitantes. Número de recursos reconocidos	336
FIGURA 6. 11. Gráfico de prioridad y consecución de los indicadores de respuesta en un destino rural	349

Índice de tablas

TABLA 1. 1. Resumen de las pruebas de observación directa.	37
TABLA 1. 2. Resumen de las entrevistas desestructuradas a expertos.	39
TABLA 1. 3. Entrevista grupal con expertos en Abarán.	41
TABLA 1. 4. Entrevista grupal con expertos en Blanca.	41
TABLA 1. 5. Resumen de las entrevistas semiestructuradas en profundidad a expertos.....	42
TABLA 2. 1. Medidas e inversiones del programa PRODER I.....	58
TABLA 2. 2. Evolución de las políticas de desarrollo rural de la Unión Europea ...	62

TABLA 2. 3. Debilidades, retos y oportunidades del Turismo Rural en España	63
TABLA 2. 4. Financiación del programa LEADER I en la Región de Murcia	67
TABLA 2. 5. Distribución porcentual de la financiación de las diversas actividades establecidas en el programa LEADER I en la Región de Murcia	67
TABLA 2. 6. Financiación del programa LEADER II en la Región de Murcia	69
TABLA 2. 7. Grupos del programa LEADER + de la Región de Murcia	70
TABLA 2. 8. Financiación del programa LEADER + en la Región de Murcia	71
TABLA 2. 9. Resumen de la financiación de la iniciativa LEADER para el desarrollo rural en la Región de Murcia	71
TABLA 3. 1. Concepto de turismo rural	76
TABLA 3. 2. Clasificación de las actividades turísticas en el medio rural.	79
TABLA 3. 3. Evolución del número de casas rurales en España desde 1969 a 1986	83
TABLA 3. 4. Evolución del número de pernoctaciones en alojamientos rurales y hoteleros en España. Periodo 2001-2013.	85
TABLA 3. 5. Síntesis de los impactos sociales del turismo rural	99
TABLA 3. 6. Síntesis de los impactos económicos del turismo rural	107
TABLA 3. 7. Resumen de las implicaciones ambientales del turismo clasificadas por fases	109
TABLA 3. 8. Síntesis de los impactos medioambientales del turismo rural	111
TABLA 4. 1. Resumen de indicadores económicos.....	137
TABLA 4. 2. Resumen de indicadores sociales.....	151
TABLA 4. 3. Criterios de desarrollo de los indicadores	172
TABLA 5. 1. Evolución de la demanda de alojamientos turísticos en España por tipo de establecimiento. Serie 2001-2013.....	183

TABLA 5. 2. Evolución de la estancia media y el nº de viajeros en alojamientos rurales en España. Serie 2006-20013	185
TABLA 5. 3. Evolución de la tasa de ocupación por plazas en alojamientos rurales en España. Serie 2001-2013.....	187
TABLA 5. 4. Evolución de la oferta de plazas de alojamientos rurales en España. Serie 2001-2013.....	187
TABLA 5. 5. Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media en alojamientos de turismo rural por Comunidad Autónoma y lugar de residencia. Año 2013. ..	190
TABLA 5. 6. Evolución de la demanda de turismo rural en la Región de Murcia. Serie 2001-3013.....	192
TABLA 5. 7. Evolución mensual de las pernoctaciones en alojamientos rurales en la Región de Murcia. Año 2012.....	193
TABLA 5. 8. Perfil del turista rural en la Región de Murcia.....	195
TABLA 5. 9. Mapa aéreo del Valle de Ricote. Delimitación del área de estudio....	200
TABLA 5. 10. Datos estadísticos sobre los municipios del Valle de Ricote	202
TABLA 5. 11. Distribución de la oferta de turismo rural en la Región de Murcia. Año 2012	203
TABLA 5. 14. Evolución del número de establecimientos de restauración y de plazas. Periodo 2002-2013	227
TABLA 5. 15. Evolución de número de establecimientos (E) y plazas hoteleras. Periodo 2002-2013 (P).	228
TABLA 5. 16. Evolución Del número de establecimientos (E) y plazas (P) de alojamientos rurales	228
TABLA 5. 17. Evolución del número de establecimientos (E) y plazas (P) de apartamentos turísticos.	229
TABLA 6. 1. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Composición del Valle de Ricote.	261

TABLA 6. 2. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Comparación de la gestión turística del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos.....	262
TABLA 6. 3. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del <i>Valle de Ricote</i>	263
TABLA 6. 4. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Complementariedad del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia.	265
TABLA 6. 5. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado	266
TABLA 6. 6. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.....	268
TABLA 6. 7. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel destino turístico <i>Valle de Ricote</i>	271
TABLA 6. 8. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios.	273
TABLA 6. 9. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores.....	274
TABLA 6. 10. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Composición del Valle de Ricote.	275
TABLA 6. 11. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Comparación de la gestión turística del destino <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos	276
TABLA 6. 12. Entrevistas a grupales a expertos en profundidad. Abarán. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote	277

TABLA 6. 13. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Complementariedad del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia.....	277
TABLA 6. 14. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado	278
TABLA 6. 15. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.....	278
TABLA 6. 16. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio, y a nivel destino turístico <i>Valle de Ricote</i>	280
TABLA 6. 17. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Actitud de la Administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios	282
TABLA 6. 18. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores	284
TABLA 6. 19. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Composición del Valle de Ricote.....	285
TABLA 6. 20. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Comparación de la gestión turística del <i>destino Valle de Ricote</i> con otros destinos	285
TABLA 6. 21. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote.	286
TABLA 6. 22. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Complementariedad del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia.	287
TABLA 6. 23. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado	288

TABLA 6. 24. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.....	289
TABLA 6. 25. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal, y a nivel destino turístico <i>Valle de Ricote</i>	290
TABLA 6. 26. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios.	292
TABLA 6. 27. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores	294
TABLA 6. 28. Resumen por categorías. Composición del Valle de Ricote.	295
TABLA 6. 29. Resumen por categorías. Comparación de la gestión turística del destino <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos.....	296
TABLA 6. 30. Resumen por categorías. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del <i>Valle de Ricote</i>	297
TABLA 6. 31. Resumen por categorías. Complementariedad del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia	298
TABLA 6. 32. Resumen por categorías. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado	298
TABLA 6. 33. Resumen por categorías. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.	299
TABLA 6. 34. Resumen por categorías. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio y a nivel destino turístico Valle de Ricote.....	300
TABLA 6. 35. Resumen por categorías. Actitud de la Administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios	302
TABLA 6. 36. Resumen por categorías. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores.....	303

TABLA 6. 37 . Resumen total de las entrevistas individuales y grupales	304
Tabla 6. 38. Población del Valle de Ricote. 2013.....	308
TABLA 6. 39. Secuenciación de las consultas realizadas a la población residente.	309
TABLA 6. 40. Consulta a residentes. Edad de los consultados	310
TABLA 6. 41. Consulta a residentes. Sexo de los consultados	310
TABLA 6. 42. Consulta a residentes. Profesión de los encuestados	311
TABLA 6. 43. Consulta a residentes. Línea de internet en casa	311
Tabla 6. 44. Consulta a residentes. Mejora de la calidad de vida frente al desarrollo turístico	312
TABLA 6. 45. Consulta a residentes. Oportunidades de empleo.....	313
TABLA 6. 46. Consulta a residentes. Satisfacción de las inversiones en turismo ...	313
TABLA 6. 47. . Consulta a residentes. Satisfacción frente al turista	314
TABLA 6. 48. Consulta a residentes. Conocimiento de iniciativas turísticas del municipio.....	314
TABLA 6. 49. Consulta a residentes. Conocimiento de otras iniciativas turísticas del <i>Valle de Ricote</i> distintas de las del municipio al que pertenece.....	315
TABLA 6. 50. Consulta a residentes. Conocimiento de los recursos turísticos del municipio.....	315
Tabla 6. 51. Consulta a residentes. Conocimiento de los recursos turísticos de otros municipios del <i>Valle de Ricote</i>	316
TABLA 6. 52. Consulta a residentes. Conocimiento de actos realizados en el municipio para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote.	316
TABLA 6. 53. Consulta a residentes. Conocimiento de actos realizados en otros municipios para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote.....	317

TABLA 6. 54. Consulta a residentes. Recursos turísticos del propio municipio mencionados por los residentes	317
TABLA 6. 55. Consulta a residentes. Recursos turísticos de otros municipios distintos del propio mencionados por los residentes	319
TABLA 6. 56. Consulta a residentes. Frecuencia de visita entre los municipios	320
TABLA 6. 57. Consulta a residentes. Razones por las que no hay más cooperación	322
TABLA 6. 58. Selección muestral del estudio de demanda del Valle de Ricote de 2010.....	326
TABLA 6. 59. Estimación del número de viajeros al <i>Valle de Ricote</i>	327
TABLA 6. 60. Estacionalidad de la demanda turística del Valle de Ricote. Año 2013	327
TABLA 6. 61. Consulta a visitantes. Secuenciación de las consultas realizadas a los visitantes.....	329
TABLA 6. 62. Consulta visitantes. Lugar de residencia de los consultados.	330
TABLA 6. 63. Consulta a visitantes. Edad.....	330
TABLA 6. 64. Consulta a visitantes. Sexo.....	331
TABLA 6. 65. Consulta a visitantes. Profesión.	331
TABLA 6. 66. Consulta a visitantes. Lugar de residencia.	332
TABLA 6. 67. Consulta a visitantes. Motivación del viaje	332
TABLA 6. 68. Consulta a visitantes. Número de municipios del <i>Valle de Ricote</i> que saben que pertenece al Valle los visitantes consultados.	333
TABLA 6. 69. Consulta a visitantes. Conocimiento de los recursos turísticos más emblemáticos.	334
TABLA 6. 70. Consulta a visitantes. Número de recursos reconocidos.....	335
TABLA 6. 71. Consulta a visitantes. Valoración del destino	336

TABLA 6. 72. Consulta a visitantes. Definición del Valle de Ricote.....	337
TABLA 6. 73. Valoración de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la frecuencia con que sus ideas han sido mencionadas por los locales y expertos.....	339
TABLA 6. 74. Valoración de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la valoración de la investigadora	340
TABLA 6. 75. Valoración global de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la valoración de la investigadora	343
TABLA 6. 76. Valoración de la investigadora de la consecución de los indicadores de desarrollo turístico en el destino estudiado.	344
TABLA 6. 77. Matriz de prioridad y consecución de los indicadores de respuesta en un destino rural	347

Índice de fotos

FOTO 1. Abarán. Rincón del museo costumbrista. Carpintería.....	379
FOTO 2. Abarán. Rincones del museo costumbrista. Sector agrícola.	379
FOTO 3. Abarán. Detalle del tendido eléctrico.....	380
FOTO 4. Abarán. Noria Mayor (en reparación).....	380
FOTO 5. Abarán. Noria Calderón.....	380
FOTO 6. Abarán. Pintadas en la explanada de la Noria Mayor.	381
FOTO 7. Abarán. Pintadas en cartel informativo de la Ruta de las Norias.	381
FOTO 8. Abarán. Pintadas en cartel indicativo de la Ruta de las Norias.	381
FOTO 9. Abarán. Paisaje del río.....	382
FOTO 10. Abarán. Detalles de los alrededores del río.....	382
FOTO 11. Abarán. Turismo activo en el Paraje del Jarral.	382

FOTO 12. Abarán. Empresas de turismo activo de Blanca en el paraje del Jarral.	383
FOTO 13. Blanca. Señalización del Mirador del Alto Bayna y vista desde el mismo.	383
FOTO 14. Blanca. Vista desde el Mirador del Alto Bayna.	383
FOTO 15. Blanca. Basuras soterradas.....	384
FOTO 16. Blanca. Tiendas de souvenir	384
FOTO 17. Blanca. Esculturas en la calle.	384
FOTO 18. Centro cultural “la Negra.	385
FOTO 19. Blanca. Museo del agua.....	385
FOTO 20. Fundación Pablo Cano.	385
FOTO 21. Blanca. Rincón del casco antiguo.	386
FOTO 22. Blanca. Castillo.	386
FOTO 23. Blanca. Vista desde el castillo.....	386
FOTO 24. Blanca. Paseo del río.	387
FOTO 25. Blanca. Señalización de sendero.	387
FOTO 26. Blanca. Señalización de ruta urbana.....	387
FOTO 27. Blanca. Cartel explicativo del castillo.....	388
FOTO 28. Blanca. Cartel explicativo de Iglesia.	388
FOTO 29. Blanca. Cartel indicativo de recursos.	388
FOTO 30. Ojós. Mirador.....	389
FOTO 31. Ojós. Cartel informativo de senderos.....	389
FOTO 32. Ojós. Cartel informativo de ruta urbana.....	389
FOTO 33. Ojós. Calle San José.	390
FOTO 34. Ojós. Lavadero.....	390

FOTO 35. Ricote. Vista desde el mirador 1.....	390
FOTO 36. Ricote. Vista desde el mirador 2.....	391
FOTO 37. Ricote. Rincón urbano 1.	391
FOTO 38. Ricote. Rincón urbano 2.	391
FOTO 39. Ricote. Rincón urbano 3.	392
FOTO 40. Ricote. Rincón urbano 4.	392
FOTO 41. Cartel informativo a la entrada de Ulea.....	392
FOTO 42. Villanueva del Segura vista desde la entrada de Ulea.....	393
FOTO 43. Ulea. Entrada del pueblo.	393
FOTO 44. Ulea. Coches aparcados en el centro.	393
FOTO 45. Ulea. Casa rural.	394
FOTO 46. Ulea. Iglesia de San Bartolomé.....	394
FOTO 47. Ulea. Cartel interpretativo.	394
FOTO 48. Ulea. Noria Villar de Felices.	395
FOTO 49. Ulea. Pintadas en Noria Villar de Felices.	395
FOTO 50. Villanueva. Procesoión de la Virgen de la Asunción.	395

Índice de abreviaturas

ACP. Análisis de componentes principales.

CA. Comunidad Autónoma.

CARM. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

CATE. Cuenta Satélite de Turismo de España.

CCAA. Comunidades Autónomas.

-
- FAMILITUR. Encuesta de los movimientos turísticos de los españoles.
- FEADER. Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.
- FEOGA. Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola.
- FRONTUR. Encuesta de los movimientos turísticos en frontera.
- GAL. Grupo de Acción Local.
- IET. Instituto de Estudios Turísticos. Actualmente es la Subdirección General de Conocimientos y Estudios Turísticos.
- INE. Instituto Nacional de Estadística.
- INFO. Instituto de Fomento de la Región de Murcia.
- IRIDA. Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario.
- ITE. Instituto de Turismo de España.
- Itrem. Instituto de Turismo de la Región de Murcia.
- LEADER. Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale (Relaciones entre actividades de desarrollo de la economía rural).
- MAGRAMA. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MAPA. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación.
- OMT. Organización Mundial del Turismo.
- PAC. Política Agraria Común.
- PDRRM. Programa de Desarrollo Rural de la Región de Murcia.
- PDRS. Programas de Desarrollo Rural Sostenible.
- PITR. Plan Integral de Turismo Rural.
- PNDR. Plan Nacional de Desarrollo Rural.
- PRODER. Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales.

RM. Región de Murcia.

SEGITTUR: Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas.

UE. Union Europa.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

Desde principios del siglo XX se produce una migración continua de las zonas rurales a las áreas urbanas. El sector servicios empieza a posicionarse como el motor de las economías europeas mientras la actividad agrícola va perdiendo peso¹. Según el Plan Nacional de Regadíos Horizonte 2008 (MAPA, 2002, pág. 61) la población activa agraria disminuyó constantemente desde el año 1960 hasta el 2000, pasando de representar un 40,76 % del total al 7,11 % en el año 2000. Desde el año 1.980 al 2.000, el número de ocupados en la agricultura se ha reducido en un millón de personas mientras la población total del país aumentó un 33,8 % en ese mismo periodo (INE, 2013)². La agricultura deja de ser una actividad rentable, el campo se despuebla, y los jóvenes acuden a las ciudades en busca de formación y de un futuro profesional que el campo no puede garantizarles. Raramente regresan a las zonas rurales. La estructura poblacional de las áreas rurales ha cambiado, el índice de vejez en algunas zonas dobla al de las ciudades y la natalidad disminuye.

El abandono de las áreas rurales lleva consigo el abandono, y a veces la pérdida de tradiciones, costumbres, y edificaciones que forman parte del patrimonio cultural de los pueblos, “las zonas rurales de la Comunidad (europea) se enfrentan a una serie de problemas que pueden poner seriamente en peligro su futuro, como por ejemplo, el envejecimiento de la población y el éxodo rural, que persiste en algunas regiones, o la pérdida de empleo” (Unión Eruopea, 2000, pág. 5). Noguera y Esparcia (2000, pág. 104) manifiestan su preocupación por este fenómeno:

¹ Según la Encuesta de Población Activa (EPA), el sector servicios proporcionó trabajo en España en el año 2013 al 75,8% de la población ocupada, mientras el sector agrícola sólo proporcionó el 4,7% del empleo (INE, 2013)

² Según datos censales 1900-2001

La dinámica socioeconómica de las últimas décadas en el conjunto de los espacios rurales desfavorecidos ha provocado un considerable deterioro de sus tejidos económico y social que sólo en los últimos años, y en casos concretos, se ha visto frenado. El despoblamiento y el consecuente envejecimiento demográfico son las principales consecuencias, y a la vez causa, de la pérdida de competitividad territorial de estos espacios. Este proceso está teniendo efectos perniciosos para la calidad de vida de la población rural y para la consecución del equilibrio territorial, necesario en cualquier modelo de desarrollo sostenible a largo plazo.

Las instituciones europeas, fueron conscientes de esta situación de deterioro del medio rural después de la Segunda Guerra Mundial, así, en los Tratados de Constitución de la Unión Europea en 1957, se estableció la Política Agraria Común (PAC), como una política prioritaria que junto a la Unión Aduanera formaron los dos pilares básicos sobre los que se asentó el incipiente Mercado Común Europeo. Pero, sus resultados han sido limitados, y su coste excesivo, por lo que se produjo un cambio de enfoque hacia la diversificación de las actividades económicas y de la procedencia de las rentas que ya no provendrían sólo del sector agrario, sino que se apostó por una política más integral de desarrollo rural capaz de estabilizar a la población en sus ámbitos locales (Nieto Masot & Gurria Gascón, 2010).

Hasta el año 1991 el desarrollo rural se entendía, desde la Unión Europea, como una ayuda al desarrollo agrícola de los países integrantes para su modernización, y con el objetivo de conseguir el autoabastecimiento de Europa. Las medidas llevadas a cabo se basaban en una inyección de fondos económicos en base a planes emanados desde los despachos de Bruselas, sin tener en cuenta el concepto de territorialidad, ni las necesidades reales de cada localidad. Las medidas tomadas no consiguieron acabar con la ineficacia del sector, y contribuyeron a situaciones tan absurdas como que un agricultor que no produjera recibiera una subvención, o que al agricultor le resultara más rentable no producir por no poder colocar su producto en el mercado por encima de su coste real. En ocasiones, las cuotas de mercado impedían dar salida a la producción agrícola de algunos países, que simplemente no les quedaba más remedio que “tirarla al mar”.

La Unión Europea comenzó a tomar conciencia de que, la agricultura ya no era el principal medio de subsistencia de la comunidad rural, por ello debían buscarse alternativas que le permitieran afrontar el futuro con mayor optimismo. En este contexto, el potencial del turismo para incrementar la actividad económica se vislumbra como uno de los mejores complementos a las rentas agrícolas (Goulding, Horan, & Tozzi, 2014, pág. 561), (Millán Escriche, 2002, pág. 229), (Andrés Sarasa, 2014, pág. 29), (Pitarch & Armandís, 2014, pág. 317) . En los años ochenta, el concepto de desarrollo rural comienza a cambiar, ya no está exclusivamente ligado a la agricultura, sino que se acepta que hay otras actividades que se pueden fomentar en el medio rural, y contribuir así a paliar los males de que adolece. Dentro de estas actividades destaca el turismo rural como actividad que puede generar empleo y rentas, y contribuir a que determinadas zonas no se despueblen y conserven su cultura.

A partir del año 1991, los esfuerzos de la Unión Europea irán encaminados a impulsar esta nueva opción de diversificación a través de medidas que se centrarán, fundamentalmente, en el apoyo a la oferta turística. Pero aparece una novedad importante en la metodología, los planes de actuación ya no emanarán de los despachos de Bruselas, sino que saldrán de las propias demarcaciones locales. Toma importancia, por tanto, el concepto de territorio; todas las políticas no pueden ser iguales sin tener en cuenta la dimensión y características del territorio al que se dirigen.

En el año 2007 se aprueba la ley 45/ 2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. En su preámbulo se reconoce que, “España ha cubierto la ausencia de una política rural hasta el presente con la aplicación de reglamentos comunitarios, pero necesita dotarse de una legislación adecuada para el fomento del desarrollo de su medio rural, ya que en la nueva Europa del siglo XXI la política rural tiende a depender subsidiariamente de los estados miembros” (MAGRAMA, 2007). La Unión Europea considera que ya ha cumplido su misión como impulsora del desarrollo y conservación del medio rural, ahora cada estado miembro debe responsabilizarse de su propio territorio. Esta ley y su posterior desarrollo en el Real Decreto 752/ 2010, de 4 de junio, por el que se aprueba el primer Programa de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS) para el periodo 2010-2014, sientan las bases para el futuro desarrollo del medio rural

español. Su propósito es complementar las políticas comunitarias existentes, aprovechando la experiencia adquirida durante 20 años de desarrollo de medidas basadas en el enfoque territorial, y establece como objetivo el desarrollo económico, social y medioambiental sostenible.

Los esfuerzos mencionados de revitalizar las economías rurales impulsaron una diversificación económica en la que la actividad turística jugó un papel preponderante y ello se materializó en los numerosos programas de apoyo a la creación de oferta turística. Este hecho coincidió con un incremento de la demanda, que debido a cambios sociales, comenzó a solicitar los destinos de turismo rural. Indudablemente, esto produce un efecto en las poblaciones residentes de las zonas involucradas, sobre sus niveles de renta, sobre su empleo, sobre su cultura....que justifica el impulso de estas actividades. Parece necesaria, por tanto, una evaluación y valoración de esos efectos para planificar un desarrollo, cada vez, más sostenible y adecuado en relación al territorio en el que se produce y a las comunidades que lo habitan.

En los primeros estudios se medían y evaluaban los impactos económicos porque eran más fáciles de cuantificar, pero conforme se fue extendiendo el concepto de desarrollo turístico sostenible, se empezaron a considerar los aspectos sociales, culturales, políticos y ecológicos. Primero se analizaron los impactos socioculturales de forma aislada, y más tarde se incluyeron en el propio modelo económico. Los economistas quieren integrar los aspectos socioculturales dentro de sus planes de evaluación, y por tanto se convierten en sociólogos y antropólogos, quieren cuantificar el factor sociocultural, y para ello eligen indicadores socioculturales que evalúan como positivos o negativos. Generalmente califican los efectos económicos como positivos y los culturales como negativos, es como si los efectos sociales pudieran ser compensados con los beneficios económicos (Lanfant & Graburn, 1992, pp. 108-109).

En este sentido, se han propuesto en los últimos años numerosos sistemas de indicadores económicos y sociales que han alimentado a su vez, un sin fin de metodologías de análisis basadas en modelos estadísticos más o menos complejos. En todas ellas se plantea uno de los mayores retos de la investigación en ciencias sociales: el tratamiento objetivo de datos de naturaleza cualitativa. Pero los comportamientos sociales no pueden ser reducidos a números en su totalidad y

su interpretación está sujeta a la valoración subjetiva del experto que lo examina. Se debe defender la bondad de los métodos cualitativos y la elaboración de juicios subjetivos basados en la experiencia del investigador, de otra manera, sería imposible dar explicación a los fenómenos sociales; la historia de la humanidad está llena de ejemplos.

El **Valle de Ricote** es una región turística situada en la Región de Murcia compuesto por seis municipios que comparten una misma identidad histórica, social, geográfica, económica y cultural. Es un territorio claramente delimitado en el espacio que ha participado activamente en los programas de Unión Europea para el desarrollo rural. Presenta síntomas de desarrollo de turismo rural y a su vez de un potencial pendiente de explotar. Todas estas características lo convierten en un caso de estudio muy adecuado para la verificación de las consideraciones planteadas en este trabajo.

La eficacia de la aplicación de medidas de desarrollo turístico está muy relacionada con las particulares del territorio y de las comunidades que los habitan, no se puede hablar de un modelos estándar, cada lugar tiene unas características (sociales, económicas, culturales, históricas...) que lo hacen exclusivo, y que exigen un estudio individualizado. Se ha observado que hay tres aspectos que determina en gran medida el éxito de las medidas de desarrollo emprendidas: en primer lugar, el entendimiento entre los distintos grupos gestores del territorio; en segundo lugar la formación de las comunidades residentes en el sentido de entender el turismo como un motor de crecimiento, apoyándolo, y contribuyendo a que este se desarrolle de manera sostenible; y por último, la concienciación por parte de grupos gestores y residentes de formar parte de un destino turístico único y común.

Una adecuada metodología de evaluación permitiría concluir hasta qué punto la actitud de los gestores y de los residentes es determinante para la eficacia de los planes de desarrollo turístico, y por tanto la necesidad de incluir dicha actitud como punto crítico a la hora de definir dichos planes. La mayoría de los estudios turísticos tienen en cuenta la opinión de los visitantes, son estudios de demanda que pretenden conocer al consumidor del destino turístico en aras de crear una oferta adecuada a sus necesidades. Algunos estudios incluyen también a los agentes gestores públicos y privados, pero pocos son los que consideran la

importancia de la actitud de la población residente, y de su engranaje con los otros dos grupos mencionados; turistas, gestores y residentes son partes integrantes de un mismo todo, y su actitud conjunta determina la existencia y el éxito de los destinos de turismo rural.

1.2. OBJETIVOS

El objetivo principal de esta tesis es la identificación de indicadores útiles para la evaluación del desarrollo turístico sostenible de áreas rurales, y su aplicación a un destino turístico concreto: el *Valle de Ricote*.

La consecución de este objetivo principal implica el cumplimiento de otros secundarios:

- Revisión de los antecedentes del desarrollo del turismo rural y de los programas que han contribuido a su crecimiento.
- Contextualización del concepto de turismo rural.
- Establecimiento de los impactos sociales y económicos de las actividades de turismo rural.
- Revisión bibliográfica de las fuentes relativas a la definición de indicadores de impacto social y económico en el medio rural, y las metodologías que los miden e interpretan.
- Análisis turístico del área de estudio: el Valle de Ricote.

Se parte de las siguientes consideraciones:

1. Para que un municipio rural se desarrolle como destino turístico es necesaria la implicación de la población residente. Las inversiones realizadas tienen una mayor eficacia en aquellos municipios en los que los residentes son conscientes del papel de la actividad turística como motor de desarrollo económico, y por tanto ponen interés en la conservación de su patrimonio y en satisfacer la demanda de los turistas. Cuando no existe dicha implicación, las inversiones realizadas no surten el efecto deseado, los recursos turísticos no se conservan y la imagen de destino se debilita.

2. El papel de los gestores turísticos es fundamental para el desarrollo. Aquellos municipios, cuyos gestores (públicos y privados) han considerado la actividad turística como un motor de desarrollo económico y social han conseguido un avance turístico más eficaz y acorde a las exigencias de los programas e inversiones realizadas. La falta de colaboración y el desconocimiento del sector impiden aprovechar el potencial turístico de las aéreas rurales.

3. El concepto de destino turístico va más allá de la unidad municipal. Los municipios pequeños deben aprovechar su pertenencia a áreas turísticas más grandes que permitan compartir sinergias. Para hacer aportaciones positivas al desarrollo turístico de un destino compuesto por varios municipios se necesita que los residentes posean el sentimiento de identidad y pertenencia a una unidad territorial mayor.

1.3. METODOLOGÍA

El turismo se engloba dentro del área de las ciencias sociales, y por tanto, presenta la problemática metodológica común a estas ciencias, entre las que destaca, la limitación de utilizar datos cuantitativos de carácter objetivo. Pero, además, el turismo tiene su propia idiosincrasia; la dificultad de recolectar información que viene en parte causada por su propia naturaleza dispar en el sentido de que está compuesto por diferentes industrias (Holden, 2006, p. 100).

Esta investigación se desarrolla bajo las premisas del método inductivo, que trata de obtener conclusiones generales a través de premisas particulares. Se irá de lo particular a lo general, después de realizar una serie de observaciones, pruebas, y mediciones, los resultados se ordenan y analizan tratando de obtener conclusiones de carácter universal.

Se ha estructurado la metodología de forma secuencial y según el tipo de fuente utilizada. La primera fase de este trabajo se ha basado en la utilización de fuentes secundarias y ha seguido el siguiente proceso:

1. Se comienza con la revisión bibliográfica de libros y publicaciones seriadas en materia de turismo. Las publicaciones seriadas, debido a su carácter dinámico y científico han sido la principal fuente secundaria utilizada. El turismo es una disciplina transversal, y sus avances científicos se publican en revistas de

diversas aéreas de conocimiento entre las que, además de las propias de turismo, destacan las de economía y geografía.

Durante el mes de septiembre de 2013 la autora de este trabajo realizó una estancia investigadora en la Universidad de Gloucestershire, en el Reino Unido, durante la cual se amplió la revisión bibliográfica con el objeto de incluir los avances científicos de esta materia en el ámbito internacional.

Debido al tema tratado, ha sido necesario revisar normativa comunitaria (comunicaciones, reglamentos, directivas...), nacional y local relativa a los programas de desarrollo rural.

2. Para la obtención de información cuantitativa se ha acudido a diversas bases de datos entre las que destacan las del Instituto Nacional de Estadística, el Centro Regional de Estadísticas de Murcia y La Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia

3. Se han consultados diversos documentos e informes emanados de organismos públicos y privados en los que se recoge información sobre desarrollo turístico y sobre el área de estudio.

Esta primera fase ha permitido establecer el marco teórico de esta tesis; la evolución de las políticas de desarrollo rural, la contextualización del concepto de turismo rural, el estado actual de la investigación en el diseño de indicadores y metodologías de evaluación y las características sociales y económicas del área de estudio.

En la segunda fase de esta metodología se han utilizado cinco tipos de fuentes primarias: observación directa, entrevistas desestructuradas, entrevistas grupales, entrevistas semiestructuradas en profundidad, y consultas a residentes y visitantes.

1. Observación directa.

Según Gill & Johnson (2010, p. 161), con esta prueba “el investigador intenta participar completamente en la vida y actividades de los miembros, así, será posible compartir sus experiencias, para no solamente observar que está pasando, sino también sentirlo”

Hay cuatro formas de participar en una observación:

- **Completo participante.** El investigador se convierte en un miembro del grupo.
- **Completo observador.** El investigador no revela el objeto de su investigación, solo observa.
- **Observador como participante.** El investigador es observador, pero a veces tienes que participar para recoger información.
- **Participante como observador.** El investigador es un participante que tiene que observar.

En este trabajo se ha elegido la fórmula del “observador como participante”, visitando los municipios que componen el *Valle de Ricote* y observando el potencial y el desarrollo turístico de los mismos. Durante las visitas se participó en actividades propias de los turistas y se interactuó con los residentes. Las visitas fueron documentadas con fotos y grabaciones de voz, en el *anexo 1* se recoge una selección de las fotos realizadas.

Además de esta observación directa documentada, durante el desarrollo de este trabajo se han efectuado, diecinueve visitas a la zona de estudio para realizar las consultas a residentes y visitantes, y dieciocho para realizar las entrevistas individuales y grupales, y se ha acudido en numerosas ocasiones para realizar actividades turísticas, entre las que se destacan la práctica de escalada deportiva, las marchas por rutas y senderos naturales, la participación en visitas culturales en los centros urbanos y el descenso del Río Segura. Todas ellas han contribuido a adquirir un profundo conocimiento de la zona. El detalle de la prueba de observación directa documentada se expone en la *tabla 1.1*.

TABLA 1. 1. Resumen de las pruebas de observación directa.

Municipio / Lugar	Fecha	Observaciones
Abarán	07 y 09 de agosto 2013	Recorrido de las calles y visita a los lugares de interés turístico del casco urbano. Visita al Ayuntamiento y al centro cultural CIMA. Realización del recorrido de la ruta de las Norias.

Blanca	08 de agosto de 2013	Visita al casco antiguo y a los lugares de interés turístico del casco urbano (museo del agua, Fundación Pedro Cano...). Recorrido de la orilla del río Segura a su paso por este municipio. Visita a la oficina de turismo.
Ojós	13 de agosto de 2013	Visita al casco antiguo y a los alrededores del río Segura. Visita a los alrededores del Valle. Ojós es uno de los municipios desde los que mejor se observa la esencia morisca del valle completo. Visita al Ayuntamiento para solicitar información (no hay oficina de turismo).
Ricote	13 de agosto de 2013	Visita al casco antiguo y visita al Ayuntamiento para solicitar información.
Ulea	15 de agosto de 2013	Visita al casco antiguo y a los principales lugares de interés turístico.
Villanueva del Segura	15 de agosto de 2013	Visita al casco urbano.
Valle de Ricote	12 de julio de 2013 / 31 de mayo de 2014	Más de 50 visitas no documentadas para la realización de entrevistas, consultas y actividades.

2. Entrevistas desestructuradas.

La revisión bibliográfica y la observación directa han aportado una información muy válida para decidir que personas relacionadas con la gestión turística de cada uno de los municipios participarían en las entrevistas desestructuradas, las cuales son muy útiles para obtener información de aspectos muy diversos (Dupuis, 1999, p. 344). Se realizaron catorce entrevistas desestructuradas a expertos que se detallan en la *tabla 1.2*.

TABLA 1. 2. Resumen de las entrevistas desestructuradas a expertos.

Fecha	Nombre	Puesto
12 de julio de 2013 y 13 de agosto de 2013.	D ^a . María Victoria Martínez Lajarín.	Concejala de Turismo de Ricote a la fecha de la entrevista. Cesada en septiembre de 2013.
19 de julio de 2013.	D. Pablo Box Martínez.	Concejal de Deportes, Turismo y Educación de Blanca. Gerente de empresa de turismo activo.
07 de agosto de 2013.	D. Jose Raul Gómez Sánchez.	Miembro de la Asociación Cultural “la Carrahila” de Abarán.
08 de agosto de 2013 y 18 de noviembre de 2013.	D. Antonio Molina Mellado.	Empresario turístico gestor de la empresa de servicios turísticos “Valle de Ricote Inagotable” y gestor del Museo del Agua y de la oficina de turismo de Blanca.
16 de septiembre de 2013.	Dr. Keith Done.	Responsable de investigación en el área de turismo de la Universidad de Gloucestershire, cuya área de investigación se centra en la planificación turística.
21 de septiembre de 2013.	Dr. Richard Harper.	Responsable del grado en turismo de la Universidad de Gloucestershire, que realizó su tesis doctoral en el ámbito del turismo rural.
17 de octubre de 2013.	D ^a . Cristina Campillo.	Agente de desarrollo local de Ulea.
17 de octubre de 2013.	D. Joaquín Campillo Espinosa.	Cronista oficial de Ulea.
17 de octubre de 2013.	D. Pablo Melgarejo Moreno.	Alcalde de Ojós.
18 de octubre de 2013.	D ^a . M ^a Dolores López Pina.	Responsable de la oficina de turismo de Abarán.

21 de octubre de 2013.	D. Gonzalo Muñecas Herrera.	Empresario turístico. Gerente de la hostería Conde de la Vallesa en Blanca.
23 de octubre de 2013.	D. Blas Martínez Basiber.	Encargado del Museo de los Belenes de Ojós.
29 de octubre de 2013.	D ^a Alma Fernández.	Agente de inserción laboral de Abarán.
29 de octubre de 2013.	D ^a Mari Carmen García Carrión.	Técnico de juventud del municipio de Abarán..

Con el objeto de crear un ambiente más distendido en esta primera toma de contacto, las entrevistas no fueron grabadas. Estos encuentros iniciales han permitido establecer los objetivos del trabajo y diseñar la siguiente etapa basada en entrevistas grupales, entrevistas semiestructuradas en profundidad y consultas a residentes y visitantes, cubriendo, así, un amplio espectro de grupos sociales implicados en el desarrollo turístico de la zona de estudio: residentes, visitantes, profesionales y gestores.

3. Entrevistas grupales³.

Se ha considerado que para esta investigación pueden ser muy clarificadoras las entrevistas grupales con expertos, ya que crean un debate muy enriquecedor, “este método se diferencia de otros como las entrevistas en profundidad, en el sentido de que aquí la interacción no es solo entre el entrevistador y el entrevistado, sino también, entre los entrevistados.” (Ghauri & Gronhaug, 2010, p. 108). Una “entrevista grupal es una buena negociación para la interacción de sinergias que tienen lugar entre los participantes y para obtener en profundidad datos cualitativos” (Weaver & Oppermann, 2000, p. 398).

En la selección de los grupos de investigación se afronta el primero de los casos definidos por Veal (2011, págs. 240-241): los municipios son muy pequeños, y se ha encontrado la limitación de que en los municipios menores de nuestro territorio de estudio (Ojós, Ricote, Ulea, y Villanueva) no existe suficiente gente especializada en turismo que asegure la realización de una entrevista grupal

³ La terminología anglosajona utiliza el término de “focus gorup”

eficaz. Por tanto, se decidió realizar entrevistas grupales solo en los municipios más grandes (Abarán y Blanca), en el anexo 2 se recogen los temas tratados en las mismas. Los grupos están formados por responsables y gestores turísticos según se detalla en la tabla 1.3.

TABLA 1.3. Entrevista grupal con expertos en Abarán.

Entrevista grupal de Abarán. 25 de octubre de 2013. 17:00 h / 19:30 h.

Integrantes.

Nombre	Puesto
D ^a . M ^a José López Pino.	Técnico de turismo del Ayuntamiento de Abarán.
D. Raul Gómez Sánchez.	Miembro de la Asociación Cultural “la Carrahila”.
D ^a . Lidia Martínez Gomáriz.	Guía turístico y miembro de la asociación Abarán Rural..
D. Jose Andrés Palazón López.	Presidente de la Asociación Abarán Rural.

TABLA 1.4. Entrevista grupal con expertos en Blanca.

Entrevista grupal de Blanca. 11 de diciembre de 2013. 19:30 h / 21:00 h.

Integrantes.

Nombre	Puesto
D. Pablo Box Martínez.	Concejal de Deportes, Turismo y Educación de Blanca. Gerente de empresa de turismo activo.
D. Antonio Molina Mellado.	Empresario turístico gestor de la empresa de servicios turísticos “Valle de Ricote Inagotable” y gestor del Museo del Agua y de la oficina de turismo de Blanca.
D. Jesús Box Molina.	Empresario de turismo activo. Club de piragüismo de Murcia.
D. Francisco Juárez.	Empresario de turismo activo. Club de piragüismo de Murcia.

D. Antonio Sánchez.	Empresario turístico del subsector de restauración.
---------------------	---

4. Entrevistas semiestructuradas en profundidad

Se han realizado entrevistas semiestructuradas en profundidad a expertos en las que “la interacción entre el investigador y el sujeto es similar con todos los sujetos, aunque el investigador también improvisa dependiendo del curso de la entrevista” (Vellas & Becherel, 1995, p. 242). Esta prueba ha constado de cinco entrevistas. Por un lado se ha contado con la opinión de expertos que no están implicados directamente en la gestión turística del destino *Valle de Ricote* pero que lo conocen profundamente, y tienen una visión imparcial sobre el mismo. Y por otro se ha buscado ampliar la visión del sector empresarial (ya tratado en las entrevistas desestructuradas iniciales), y ampliar el conocimiento sobre la historia de Valle. La *tabla 5.1* muestra un detalle de las entrevistas semiestructuradas en profundidad.

TABLA 1. 5. Resumen de las entrevistas semiestructuradas en profundidad a expertos.

Fecha	Nombre	Puesto
21 de mayo de 2014.	D. Enrique Ujaldón.	Secretario Sectorial de Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Abandonó su cargo en julio de 2014.
01 de abril de 2014.	D. Miguel Lloret.	Gerente del Balneario de Archena.
16 de abril de 2014.	D ^a Mari Cruz Gómez Molina.	Ex Gerente del Consorcio del Valle de Ricote.
16 de abril de 2014.	D. Ángel Ríos.	Cronista de Blanca.
04 de mayo de 2014.	D. Jesús Ríos Palazón.	Empresario turístico gerente del complejo turístico “Las Navelas” en Blanca.

En el *anexo 3* se recogen las preguntas planteadas en cada entrevista.

5. Consultas a residentes y visitantes

Considera Veal (2011, pp. 240-241) que las entrevistas en profundidad son recomendables cuando los sujetos son pocos, por lo que un cuestionario no es apropiado y la información que se espera obtener varía entre los sujetos y es compleja. No obstante, se ha creído pertinente realizar una prueba de consultas a residentes y visitantes para valorar su postura ante el desarrollo turístico de la zona objeto de estudio. No se trata de obtener unos resultados universales y extrapolables a través de las consultas, ni de realizar un análisis estadístico exhaustivo, sino de complementar la información cualitativa de las fases anteriores contando así con la opinión de todos los agentes implicados en el proceso del desarrollo turístico de un destino turístico: gerentes públicos y privados, residentes y visitantes. Todas las consultas han sido realizadas personalmente por la autora de este trabajo y se han llevado a cabo de forma directa y presencial. Se ha considerado que esta es la mejor manera de realizar esta prueba, ya que las consultas realizadas de forma presencial y directa aportan una gran cantidad de información adicional a las preguntas diseñadas, y que resulta muy útil para el desarrollo de una investigación, además el modelo de consulta realizado es complejo y el proceso exige ser supervisado por la investigadora para asegurar su éxito. En el *anexo 4* se recogen los modelos de encuestas a residentes y visitantes.

1.4. ESTRUCTURA DE LA TESIS

A continuación se expone una breve explicación de los contenidos tratados en cada capítulo de esta tesis.

En el capítulo dos se hace un análisis de la evolución de las políticas de desarrollo rural seguidas en España, en un principio impulsadas por la Unión Europea y actualmente enmarcadas en los Programas de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS) promovidos por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente (MAGRAMA). El análisis se ha centrado en aquellos aspectos de dichas políticas que están relacionados con el turismo rural. En el último epígrafe de este capítulo se expone el actual encuadre del sector turístico dentro de las instituciones de la Unión Europea.

En el capítulo tres se ha realizado una revisión bibliográfica sobre el concepto de turismo rural y se ha analizado su evolución desde el punto de vista de la oferta y de la demanda. En el último apartado de este capítulo se ahonda sobre los efectos del desarrollo sostenible del turismo rural, y se clasifican entre sociales, económicos y medioambientales.

En el capítulo cuatro se hacen dos revisiones bibliográficas. Por un lado se examinan los estudios que definen indicadores para medir los efectos del desarrollo del turismo rural señalados en el capítulo tres, y posteriormente se revisan las metodologías más relevantes para el tratamiento e interpretación de dichos indicadores. En este capítulo, se plantea una clasificación y una relación propia de indicadores que trata de aunar todas las aportaciones anteriormente revisadas, y se valora su aplicabilidad a los destinos de turismo rural. Para finalizar, el estudio se centra en los indicadores de respuesta social y en la conveniencia de su aplicabilidad a la zona de estudio.

El capítulo cinco presenta un análisis de la situación del turismo rural en España y en la Región de Murcia, para concluir con una presentación de la zona de estudio: el *Valle de Ricote*, tanto de su situación turística como de sus características históricas, geográficas y culturales.

En el capítulo seis se analizan las pruebas primarias; la observación directa, las entrevistas grupales e individuales a expertos, y las consultas a residentes y visitantes. Tras este análisis y teniendo en cuenta el análisis de todos los capítulos anteriores, se deducen los indicadores de respuesta más apropiados para medir el desarrollo turístico en un destino de turismo rural compuesto por varios municipios pequeños, y se interpretan para el territorio del *Valle de Ricote*.

En el capítulo siete se plantean las conclusiones y se abren nuevas líneas de investigación.

En la *figura 1.1* se presenta un esquema de la metodología seguida en la elaboración de esta tesis.

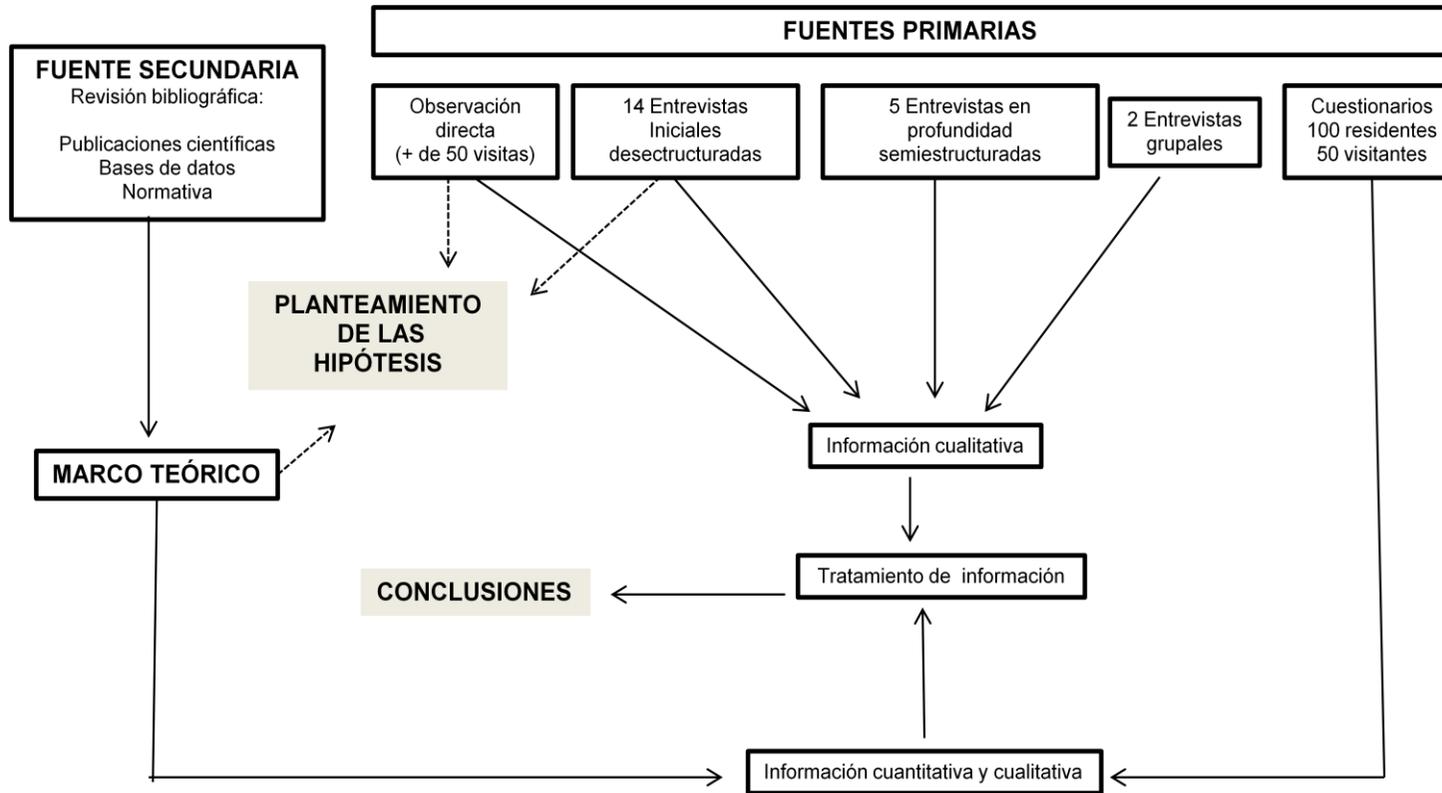


FIGURA 1. 1. Mapa conceptual de la metodología

2. EVOLUCIÓN DEL LAS POLÍTICAS DE TURISMO RURAL

2.1. LOS INICIOS DE LA POLÍTICA DE DESARROLLO RURAL EUROPEA

Desde la creación de la Unión Europea, el desarrollo rural ha sido una de sus principales preocupaciones. El tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (CEE) firmado en Roma el 25 de marzo de 1957 considera la Política Agraria Europea como una “política común”⁴, estableciendo así las bases de lo que será la Política Agraria Común (PAC).

“Desde un punto de vista económico, la preocupación por el mundo agrario se basa en la necesidad de alcanzar un alto grado de autoabastecimiento en materia alimenticia, que quebrante al mismo tiempo una política regresiva de dependencia del exterior y sienta las bases de una ambiciosa política de modernización y mejora de las obsoletas estructuras agrarias para competir en condiciones de igualdad en los mercados agrarios internacionales; la sensibilización ante la dura situación padecida por la población agraria, que ha de conducir a los estados miembros a una revisión de sus estrategias de apoyo social a la agricultura; y, sobre todo, la exigencia de una gestión única, en común, del conjunto de las prestaciones públicas y el soslayo de cualquier género de discriminaciones”. (Fernández Torres, 2000, págs. 38-39)

Esta política de desarrollo rural, entendida como un impulso exclusivo de la política agraria, se basó en políticas sectoriales que no tenían en cuenta el concepto de territorialidad y en una financiación “de arriba a abajo”⁵.

⁴ Políticas para cuya gestión se atribuyen competencias exclusivas a las instituciones comunitarias en sectores de actividad determinados en los que queda excluido el ejercicio de las competencias correspondientes de los estados miembros (Girón Larrueca, 2002, pág. 451). El tratado de constitución de la CEE estableció cuatro políticas comunes: la política comercial común, la política agraria común, la política pesquera común y la política común de transporte.

⁵ El mundo anglosajón utiliza la terminología “top-bottom” para denominar esta serie de políticas en las que la decisión se toma en un gobierno centralizado, y se ejecuta en los distintos territorios.

Eran los órganos de la CEE los que determinaban las políticas a seguir y distribuían mediante subvenciones sectoriales los fondos disponibles del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA). En los años ochenta se produce una crisis agropecuaria que lleva a plantearse el enfoque de la PAC y su funcionamiento durante las dos décadas anteriores debido a que la situación económica, financiera y agrícola del medio rural se había deteriorado por los desequilibrios y disfunciones creadas (Fernández Torres, 2000, pág. 36).

Hasta los años setenta del siglo XX las políticas del medio rural iban destinadas a la modernización y aumento de la productividad agraria con el objetivo de mejorar la calidad de vida del agricultor, la idea de la diversificación económica surgiría posteriormente como una oportunidad para mejorar las condiciones de los agricultores.

En el año 1985 se publicó el informe *Las perspectivas sobre la política agraria comunitaria* conocido como *Libro Verde*, en él, se empieza a hablar del desarrollo rural no sólo vinculado al desarrollo agrario, sino a la diversificación de actividades, “las sucesivas reformas de la PAC reforzaron la idea de que rural y agrario no son sinónimos” (Cánovas, Villarino, & Herrera, 2006, pág. 204).

En 1988, se presentó la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo COM (88) 501 *El futuro del mundo rural*, en la que se comienza a vislumbrar un cambio de perspectiva, dando más relevancia a los aspectos territoriales y abogando por una diversidad de actividades económicas en el medio rural (Unión Europea, 1988, pág. 12) para evitar su elevada dependencia de un sector agrícola en retroceso. Se insiste en la idea de unos espacios rurales no exclusivos ni prioritariamente agrarios (Pérez Fra, 2004, pág. 2) en los que la diversificación de la economía rural debe ser el objetivo a conseguir en todo modelo de desarrollo rural (Andrés Sarasa, 2014, pág. 29).

En 1991 apareció *Evolución y futuro de La PAC. Documento de reflexión de la Comisión (Con, 1991)* que establece la “necesidad de poner en marcha una política activa de desarrollo rural, insistiendo, de nuevo, en la idea de que el desarrollo rural no debe basarse únicamente en el desarrollo agrario” (Pérez Fra, 2004, pág. 3). El objetivo de esta política fue la revitalización de los territorios rurales a través de la implicación de la población en las estrategias de desarrollo, de la

diversificación económica de actividades, de la valorización de los recursos endógenos o del enfoque local en cuanto a escala de actuación (Larrubia Vargas & Navarro Rodríguez, 2011, pág. 62).

2.2. LA INICIATIVA LEADER DE DESARROLLO RURAL

2.2.1. Programa comunitario LEADER I (1991-1994)

El 15 de marzo de 1991, la Comisión de las Comunidades Europeas decidió adoptar, al amparo del artículo 11 del Reglamento (CEE) n° 4253/ 88 (Unión Europea, 1988), una iniciativa demostrativa de desarrollo rural⁶ (en adelante denominada LEADER⁷ (relaciones entre actividades de desarrollo de la economía rural).

La iniciativa rompe con la visión de las ayudas descendentes destinadas a explotaciones agrícolas del mundo rural para introducir tres novedades sustanciales:

- Concesión de subvenciones a grupos locales en base a un plan de acción.
- Efecto ejemplarizante para el desarrollo de otras políticas.
- Apoyo a una diversidad de actividades no exclusiva ni principalmente agrícolas.

Respecto al primer aspecto, se aboga por un enfoque endógeno y local⁸, por lo que se pretende crear una red de Grupos de Acción Local (GAL) a favor del

⁶ Publicado en el diario oficial de las Comunidades Europeas el 19 de marzo de 1991 como una comunicación de los estados miembros por la que se fijan las directrices de unas subvenciones globales integradas por las que se invita a los estados miembros a presentar propuestas que respondan a una iniciativa comunitaria de desarrollo rural. (Unión Europea, 1991).

⁷ Las siglas LEADER corresponden a la expresión francesa: Liaison entre actions de développement de l'économie rurale (Relaciones entre actividades de desarrollo de la economía rural).

⁸ En el mundo anglosajón se utiliza la terminología “bottom-top”, y contrariamente al anteriormente mencionado “top-bottom”, en esta políticas las decisiones manan de la población directamente afectada y de los técnicos de la administración local.

desarrollo rural. El objetivo debe ser la aplicación de soluciones innovadoras que puedan servir de modelo para la totalidad de las zonas rurales, “surge así un enfoque territorial, integrado y participativo” (Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 16).

Los grupos se integraban en una red con el fin de intercambiar información y experiencias. Se conceden subvenciones globales integradas a un organismo competente designado por el estado miembro. El organismo competente designado en España es el Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA), organismo autónomo de la administración del estado, dependiente del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación⁹.



FIGURA 2. 1. Metodología de aplicación de las ayudas al desarrollo rural contempladas en la iniciativa LEADER (bottom-top).

Fuente. Elaboración propia

Las dotaciones se asignaban en función de un programa local de desarrollo rural que debían presentar los propios grupos. La iniciativa se financia conjuntamente por el estado miembro y la Comunidad Europea. La contribución

⁹ En virtud de un convenio firmado con la Comisión de la CEE el día 6 de diciembre de 1991, en el que se establecen las normas que regulan la utilización de las subvenciones globales y la aplicación de la Iniciativa Comunitaria LEADER en España, así como las condiciones generales y responsabilidades como “Organismo intermediario” (IRYDA / INFO, 1992).

total de los Fondos Estructurales a la iniciativa LEADER durante el periodo 1990-1993 se estima en 400 millones de ECUS¹⁰.

El GAL no podía disolverse hasta pasados cinco años desde la firma del convenio. Todos los agentes intervinientes (sector privado y entes públicos de carácter local) debían mantenerse, al menos, durante 5 años.

Podían acogerse a esta medida todas las zonas de los objetivos nº 1 y 5 b)¹¹, porque según Viñas (2004, pág. 15), “al hacer hincapié en el desarrollo local, se creyó conveniente que en las zonas en las que se trabajara deberían ser lo suficientemente limitadas para garantizar la homogeneidad de las poblaciones rurales afectadas y, a la vez, agrupar una población suficiente para que los fondos estructurales pudieran intervenir en un conjunto de actividades diversificadas”.

Se presentaron estrategias de desarrollo para una zona rural con una población aproximada de 5.000 a 100.000 habitantes, correspondiente como norma general a un territorio inferior a la categoría administrativa NUTS III¹²

¹⁰ El ECU fue la unidad monetaria de cuenta utilizada en la Comunidad Europea (posteriormente Unión Europea) hasta la entrada en vigor del euro el 1 de enero de 1999.

¹¹ La reforma de los fondos estructurales de 1988 se llevó a cabo, entre otros, mediante un reglamento base nº 2052/ 88 que estableció los objetivos concretos que persigue la reforma:

Objetivo 1: promover el desarrollo y mejora estructural de las regiones menos desarrolladas, cuyo Producto Interior Bruto (PIB) per cápita sea inferior al 75% de la media comunitaria

Objetivo 2: Promocionar las reconversiones en regiones afectadas por la crisis industrial con tasa de paro superior a la media comunitaria

Objetivo 3: Combatir el desempleo de larga duración

Objetivo 4: Facilitar el empleo de los jóvenes

Objetivo 5 a: Acelerar la adaptación de las estructuras agrarias

Objetivo 5 b: Promover el desarrollo en zonas rurales que habiendo sido excluidas de las regiones del objetivo 1, tienen una tasa alta de empleo agrario y baja productividad agraria, así como una baja renta por habitante.

¹² El Reglamento (CE) nº 1059/ 2003 del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de mayo de 2003 establece una nomenclatura común de unidades territoriales estadísticas a las que denomina NUTS, y en su artículo 3 establece tres niveles de NUTS, definiendo el

En lo que se refiere a la diversificación de actividades, la iniciativa comunitaria contemplaba siete medidas de desarrollo rural: 1. apoyo técnico al desarrollo rural; 2. formación profesional y medidas a la contratación; 3. turismo rural; 4. pequeña y mediana empresa, artesanía y servicios locales; 5. valorización y comercialización “in situ” de la producción agraria, forestal y pesquera local; 6. otras medidas; y 7. funcionamiento de GALs.

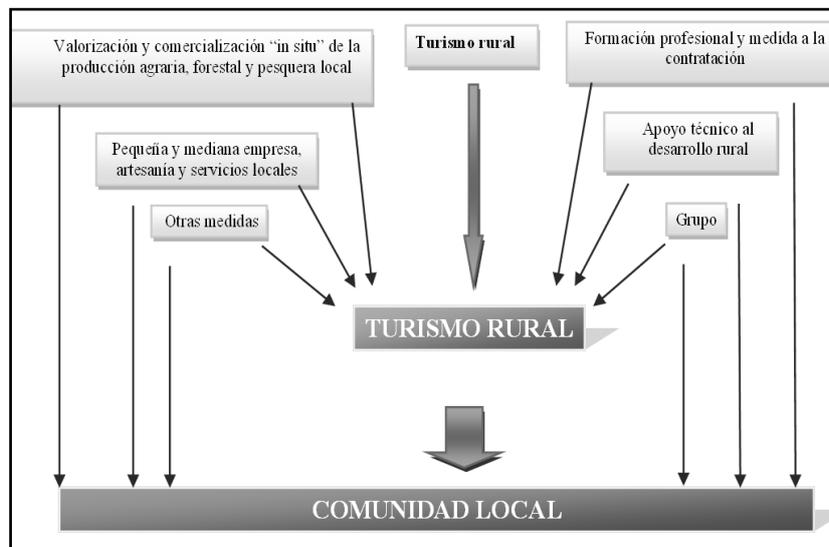


FIGURA 2. 2 . Efectos directos e indirectos sobre las comunidades locales a través del turismo rural de las distintas actividades financiadas por el programa LEADER I

Fuente. Elaboración propia

La medida 3 está relacionada directamente con el turismo rural, pero el resto de medidas afectan a este sector de modo tangencial. Se puede decir, por tanto, que la iniciativa LEADER tiene una gran repercusión en el sector turístico, pero como se verá más adelante, esta interrelación entre los efectos que cada una de las diversas actividades produce en el turismo, va a ser uno de los principales problemas que se encuentren para poder medir el efecto del desarrollo del turismo rural sobre las comunidades locales, ya que será difícil aislar el efecto del turismo del resto de actividades.

NUTS III como una unidad territorial con una población comprendida entre 150.000 y 800.000 habitantes.

2.2.2. Programa comunitario LEADER II (1994 – 1999)

El 15 de junio de 1994, la Comisión de las Comunidades Europeas adoptó una iniciativa de carácter demostrativo relativa al desarrollo rural¹³, que surge para seguir, reforzar y coordinar el enfoque del programa LEADER I

Las zonas rurales estaban afectadas por acontecimientos que reducen el atractivo del mundo rural:

- Crisis de empleo y actividad agrícola.
- Abandono del medio rural por parte de los jóvenes mejor formados.
- Aumento del desempleo rural y del número de personas en situación precaria.
- Mayor aislamiento por la desaparición de determinados servicios a las empresas y a las personas.
- Daños ocasionados al medio ambiente.

El mundo rural debía buscar nuevas orientaciones, nuevas formas de desarrollo y nuevas actividades que reunieran a los distintos interesados. El programa LEADER II se marcó los siguientes objetivos

1. Fomentar las actividades innovadoras realizadas por los agentes locales.
2. Dar a conocer experiencias concretas en toda la Comunidad.
3. Ayudar a los agentes rurales de los distintos estados miembros que lo deseen a inspirarse en los resultados obtenidos por otros territorios, y realizar en común determinados proyectos.

Con este nuevo programa se pretendía reforzar el anterior (LEADER I), incidiendo en el fomento de actividades innovadoras y la puesta en común de las experiencias habidas, así el concepto de red se amplió y se reforzó con el concepto

¹³ Publicado en el diario oficial de las Comunidades Europeas el 1 de julio de 1994 como una Comunicación de los Estados Miembros por la que se fijan las orientaciones para las subvenciones globales o los programas operativos integrados para los cuales se pide a los estados miembros que presenten solicitudes de ayuda dentro de una iniciativa comunitaria de desarrollo rural (Unión Europea, 1994).

de transnacionalidad. En las redes podían participar GALs que se encontraban en distintos niveles de desarrollo, así, se incorporaron nuevos grupos que necesitaban adquirir las capacidades básicas para participar en el proyecto con grupos que empezaban a desarrollar actividades más innovadoras. Todos estos grupos estarían conectados en una red transnacional que se retroalimentaba compartiendo experiencias.

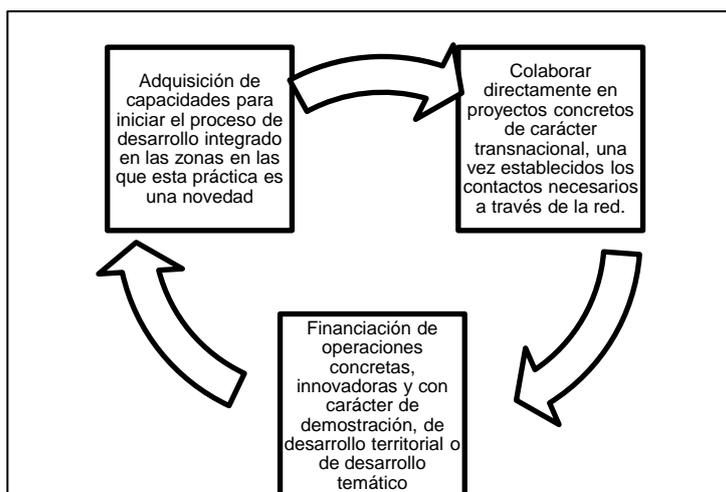


FIGURA 2. 3. Sistema de retroalimentación de la red europea del programa LEADERII-

Fuente. Elaboración propia

Cada territorio entró en una fase distinta y podía recorrer todas sucesivamente. El programa tenía una duración de seis años. Los beneficiarios de este nuevo programa comunitario eran:

- GALs definidos según LEADER I.
- Otros agentes, siempre y cuando sus actuaciones se situaran dentro de la lógica de desarrollo de un territorio local.
- Zonas objetivo 1, 5 b). Un máximo de un 10% de lo asignado a las zonas 5 b), se podía asignar fuera de las zonas 1 y 5 b), en zonas rurales limítrofes.

Las medidas financiadas eran la adquisición de capacidades, los programas de innovación rural, la cooperación transnacional, y la introducción en la red. Dentro del punto “los programas de innovación rural” se establecieron seis líneas:

1. Apoyo técnico al desarrollo rural.
2. Formación profesional y ayuda a la contratación.
3. Turismo rural.
4. Pequeñas empresas, artesanos y servicios de aproximación.
5. Valoración in situ y comercialización de la producción agraria, silvícola y pesquera local.
6. Conservación y mejora del medio ambiente y del entorno.

Al igual que ocurría en el programa LEADER I todas las líneas eran transversales al turismo rural, y en la medida de innovación rural se establece una línea concreta para turismo rural que incluía:

-Inversiones individuales o colectivas novedosas con una dimensión unitaria restringida.

-Inversiones en pequeñas infraestructuras públicas para las nuevas necesidades derivadas de la oferta turística.

-Inventario, restauración y revalorización de edificios de carácter histórico y parajes rurales de interés turístico.

-Actividades de promoción, estudios de mercado y creación de sistemas de reserva.

-Concepción y puesta en marcha de nuevos productos de turismo rural.

La financiación individual de cada uno de los proyectos disminuye con este programa, después de la experiencia del programa LEADER I, la población rural debía haber tomado conciencia de la importancia de la diversificación de actividades, y estar dispuesta a invertir una mayor proporción de capital propio para su desarrollo.

Según la Unión Europea (Unión Europea, 2000, pág. 5) las principales aportaciones de la iniciativa LEADER son la movilización de los agentes locales para que procedan a una reflexión y se responsabilicen del futuro de su territorio, la aplicación de un enfoque territorial descentralizado e integrado basado en un proceso ascendente, la apertura de las zonas rurales a otros territorios, mediante el intercambio de experiencias gracias a la constitución de redes, y la posibilidad de financiar operaciones de pequeña envergadura cuando existan intermediarios

administrativos, técnicos y financieros dispuestos a brindar su apoyo a las personas que presentan pequeños proyectos.

2.2.3. Programa comunitario LEADER + (2000 – 2006)

El 18 de mayo de 2000 se publicó en el diario oficial de las Comunidades Europeas una Comunicación de los estados miembros por la que se fijan las orientaciones sobre el programa de desarrollo rural LEADER + (Unión Europea, 2000). Los principales problemas detectados en zonas rurales y que dieron pie al desarrollo de este nuevo programa fueron el envejecimiento de la población, el éxodo rural y la pérdida de empleos.

Se consideró la necesidad de mantener la continuidad de las líneas adoptadas en 1991 para adaptar las estructuras socioeconómicas y dar respuesta a cambios producidos a raíz de la reforma de la PAC, y de la creciente exigencia de los consumidores en materia de calidad de los productos. Otros cambios del entorno a los que había que hacer frente eran la generalización de la conciencia social medioambiental, la globalización económica y el desarrollo de las nuevas tecnologías. Se impulsaron medidas destinadas a ayudar a las zonas rurales, a aplicar una política que no se limitara a reforzar la competitividad del sector agrario, sino que impulsara asimismo el desarrollo de nuevas actividades y fuentes de empleo a fin de que las zonas rurales siguieran formando un tejido económico y social dinámico y saneado.

Uno de los aspectos más novedosos de la nueva iniciativa fue la conciencia de la necesidad de tener en cuenta las iniciativas de la población local, así, se estableció el objetivo de incitar y ayudar a los agentes del mundo rural a reflexionar sobre el potencial de su territorio en una perspectiva de más largo plazo. El programa LEADER+ pretendía fomentar la aplicación de estrategias originales de desarrollo sostenible integradas, de calidad y destinadas a la experimentación de nuevas formas de valorización del patrimonio cultural y natural, mejora del entorno económico a fin de contribuir a la creación de empleo, y mejora de la capacidad de organización de las respectivas comunidades

Los beneficiarios de este nuevo programa eran todos los territorios de la Comunidad, y se articuló en tres capítulos:

1. Apoyo de las estrategias de desarrollo rural territoriales, integradas y piloto, basadas en el enfoque ascendente y en la cooperación horizontal.
2. Apoyo a la cooperación ínter territorial y transnacional.
3. Integración en una red de todos los territorios rurales de la Comunidad, tengan o no acceso a LEADER+, así como de todos los agentes de desarrollo rural.

El programa LEADER I fue el que más inversión destinó directamente a programas de desarrollo turístico en proporción a la inversión realizada en otros programas; se invirtió casi un 52% de la financiación. Esta proporción disminuyó en los programas siguientes (LEADER II; 40% y LEADER +; 38,5). La iniciativa comunitaria pretendía dotar a las regiones rurales de una metodología que les permitiera tener un desarrollo turístico autónomo, independiente de la financiación europea, y entendía que su aportación económica debía disminuir a medida que los programas se asentaran. La siguiente figura muestra el porcentaje de inversión que destinó cada uno de los programas LEADER al desarrollo del turismo rural.

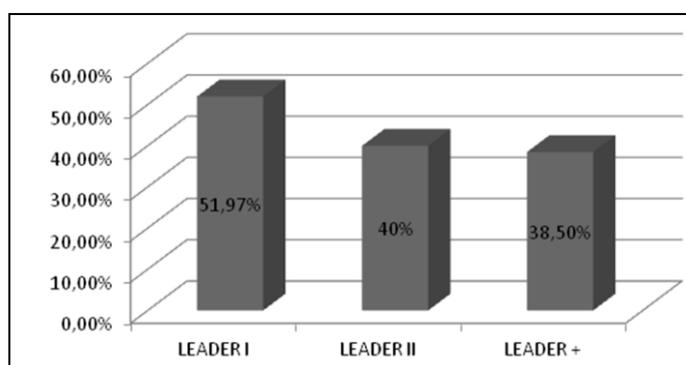


FIGURA 2. 4. Porcentaje de inversión destinada a programas de turismo rural en los programas de la iniciativa LEADER 1991-2006.

Fuente. Elaboración propia

2.3. LOS PROGRAMAS PRODER DE DESARROLLO RURAL. PRODER I Y PRODER II

El Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (en adelante PRODER) en las regiones de Objetivo 1, fue promovido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación español con el fin de dar

continuidad a las medidas tomadas al amparo de la iniciativa LEADER, sus objetivos y metodología coinciden, por tanto con estas. El programa fue cofinanciado por la Unión Europea y aprobado por esta en junio de 1996 (Red Española de Desarrollo Rural).

Se llevaron a cabo dos programas: PRODER I (1995-1999) y PRODER II (2000-2006). Los ejes del programa PRODER I se pueden agrupar en seis líneas (MAGRAMA, 1998, pág. 19):

TABLA 2. 1. Medidas e inversiones del programa PRODER I.

MEDIDA	INVERSION	%
1. Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de núcleos de población con predominio de la actualidad agraria.	11.093,6	11,0
2. Valorización del patrimonio local. Renovación y desarrollo de núcleos de población sin predominio de la actividad agraria.	7.060,6	7,0
3. Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural: agroturismo.	8.662,4	8,6
4. Fomento de inversiones turísticas en el espacio rural: turismo local.	18.234,2	18,1
5. Fomento de pequeñas y medianas empresas, actividades de artesanía y servicios.	17.535,1	17,5
6. Servicio a las empresas en el medio rural.	7.130,6	7,1
7. Revalorización del potencial productivo agrario y forestal.	27.962,9	27,8
8. Mejora de la extensión agraria y forestal.	2.863,3	2,9
TOTAL		100

Fuente. (MAGRAMA, 1998, pág. 17)

“El segundo periodo del Programa (PRODER II) aglutinó un conjunto de medidas de desarrollo endógeno para zonas rurales, revitalizando la visión comarcal para selección de zonas de intervención”(Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 25).

2.4. PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE (2007-2013)

El Reglamento de la CE nº 1698/ 2005 del Consejo de 20 de septiembre de 2005 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) establece que cada estado miembro debe elaborar su plan de estrategia nacional de desarrollo rural. Cada plan tendrá una duración de siete años. El reglamento considera que la iniciativa LEADER ha alcanzado un grado de madurez que permite a las zonas rurales aplicar el enfoque propio de dicha iniciativa en un contexto más amplio de desarrollo rural. Se debe superar el modelo de desarrollo del producto turístico rural vigente en las últimas décadas del siglo XX, basado en el apoyo público y la política de subvenciones y avanzar hacia una visión más empresarial y profesionalizada (Solosona Monzonis, 2014, pág. 329). Se trata de aplicar el enfoque y metodología del programa LEADER en otros ámbitos del medio rural, enfoque que se basaba en la territorialidad, la participación de todos los agentes, la cooperación, el establecimiento de redes y la elaboración de programas de abajo a arriba. Los Programas de Desarrollo Rural deberían establecer “medidas destinadas a favorecer la diversificación de las actividades agrícolas y su orientación hacia actividades no agrícolas y al desarrollo de sectores no agrícolas” (Unión Europea, 2005).

El mencionado reglamento establece en su artículo 15 que los estados miembros podrán presentar bien un programa único para todo su territorio, o bien un conjunto de programas regionales, y que los estados miembros que opten por elaborar programas regionales, también podrán establecer un marco nacional que contenga elementos comunes para todos los programas regionales (Unión Europea, 2005, págs. 18-19). Esta última ha sido la opción llevada a cabo por el Estado Español. A nivel nacional, el Real Decreto 752/ 2010 de 4 de junio, aprueba el primer Programa Rural Sostenible para el periodo 2010-2014 (MAGRAMA, 2010) en aplicación de la Ley 45/ 2007 (MAGRAMA, 2007), para el desarrollo sostenible del medio rural, y crea un marco general para el posterior desarrollo de los PDRS de cada Comunidad Autónoma. El Programa Rural Sostenible es un instrumento base sobre el que se llevará a la práctica la nueva política rural española y a partir de él se desarrollará el Plan Nacional de Desarrollo Rural Sostenible (PNDRS) y los Planes de Desarrollo Rural Sostenible regionales.

La Comisión Europea valoró muy positivamente la experiencia de los programas LEADER, y quiso extender su enfoque a otros aspectos del medio rural, al tiempo que creó un eje específico para asegurar la continuidad de los mismos, de tal manera que la metodología de los PDRSs se alimenta de la de la iniciativa LEADER tal y como se esquematiza en la *figura 2.5* siguiente.

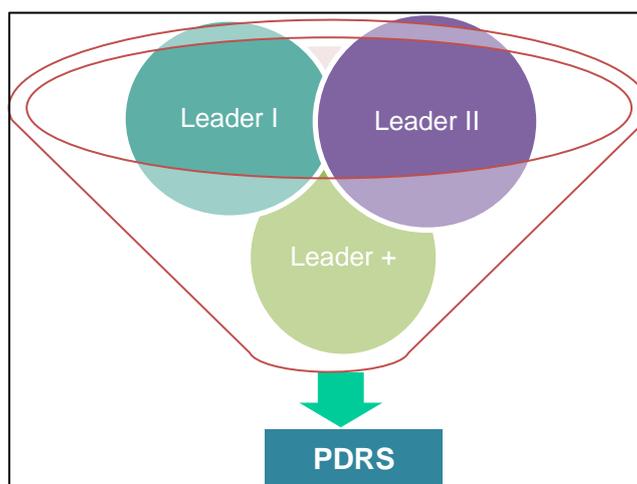


FIGURA 2. 5. Encuadramiento de la iniciativa LEADER dentro del PDRS.

Fuente. Elaboración propia.

Otra novedad introducida en este periodo es la importancia dada al seguimiento y evaluación de los programas, para ello, el Reglamento de la CE establece que debe crearse un comité de seguimiento para cada programa que comprobará la eficacia de su aplicación. También establece en su artículo 81, que “el avance, la eficiencia y la eficacia de los programas de desarrollo rural en relación con sus objetivos se medirán por medio de indicadores relativos a la situación inicial así como a la ejecución financiera, la aplicación, los resultados y la repercusión de los programas” (Unión Europea, 2005, pág. 51).

En relación a este tema, el documento establece que “la evaluación se realizará a priori, a medio plazo y a posteriori” (art. 84), y que “los estados miembros establecerán un sistema de evaluación continua para cada programa de desarrollo rural” (art. 86). En “las evaluaciones intermedias y a posteriori examinarán el grado de utilización de los recursos, la eficacia y la eficiencia de la

programación del FEADER, y su incidencia socioeconómica y sus repercusiones en las prioridades socioeconómicas” (art. 86, pt. 6.).

El PDR que se desarrolló en España en cumplimiento de este reglamento incide en el objetivo de la mejora de la calidad de vida y el bienestar social de la población residente en el medio rural, y la importancia de establecer indicadores para su medición (MAGRAMA, 2010, pág. 49.458). Dicho programa se estructura en 4 ejes¹⁴, que a su vez se desglosa en varias medidas¹⁵.

- Eje 1. Actividad económica y empleo.
- Eje 2. Infraestructuras y equipamientos básicos.
- Eje 3. Servicios y bienestar social.
- Eje 4. Medio ambiente.
- Eje 5. Eje temático de actuaciones no territoriales.

Esta vez no aparece el turismo en el enunciado de ninguno de los ejes, pero todos incluyen aspectos relacionados con el sector turístico, ya que el turismo se considera que es una actividad transversal.

El programa hace especial hincapié en la necesidad de un seguimiento y evaluación de las actuaciones, “el tipo de actuaciones posibles es muy elevado, y su acción conjunta sobre el territorio puede dar lugar a unos efectos acumulados o sinérgicos entre diferentes actuaciones de compleja evaluación...Se utilizarán dos sistemas de indicadores, el primero, un sistema de indicadores de impacto,... el segundo, un sistema de indicadores de estado... mediante cuya aplicación, se puede constatar la evolución de la zona en el tiempo” (MAGRAMA, 2010, pág. 49.810)

¹⁴ Según el Art. 2 del reglamento, un eje es un grupo coherente de medidas con objetivos específicos resultantes directamente de su aplicación y que contribuyen a uno o más de los objetivos expuestos en el artículo 4. Los objetivos del artículo 4 son: a) aumentar la competitividad de la agricultura y la silvicultura mediante al ayuda a la restauración, el desarrollo y la innovación, b) mejorar el medio ambiente y el medio rural mediante ayudas a la gestión de de las tierras, c) mejorar la calidad de vida en las zonas rurales y fomentar la diversificación de la actividad económica. Estos son los ejes regionales, que son distintos en cada Comunidad Autónoma.

¹⁵ Una medida es una serie de operaciones que contribuyen a la aplicación de un eje.

La *tabla 2.2* muestra un resumen de la evolución que han seguido los principios inspiradores de los PDRS vistos hasta el momento

TABLA 2. 2. Evolución de las políticas de desarrollo rural de la Unión Europea

	<u>Planteamientos:</u>
1957 / 1980	Política agrícola. Políticas descendentes (adoptados desde arriba). Una simple ayuda a los “beneficiarios”. Políticas sectoriales (no territoriales).
1985	Se empieza a hablar del desarrollo rural no sólo vinculado al desarrollo agrario, sino a la diversificación de actividades.
	<u>Planteamientos:</u>
1985 / 2006	Diversificación de actividades. Políticas ascendentes. Desarrollo local sostenible teniendo en cuenta la dimensión medioambiental, económica, social y cultural de los territorios rurales.
2006/ -	Aplicación a un contexto más amplio de desarrollo rural. Aprovechamiento de la experiencia de iniciativas anteriores. Continuidad metodológica.

Fuente. Elaboración propia

Todos estos programas no pueden considerarse a priori como el factor fundamental y único que explique las inversiones realizadas en el ámbito rural “habría que considerar el importante protagonismo de factores de entorno, como son las propias dinámicas de cambio y transformación social y/ o económica, presentes en muchos territorios rurales” (Esparcia Pérez, 2006, pág. 70).

2.5. PLAN INTEGRAL DE TURISMO RURAL 2014

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha presentado el Plan Integral de Turismo Rural 2014, cuyo objetivo es la promoción de este producto turístico. El documento reconoce la “bipolaridad de la oferta turística entre los productos asociados al *sol* y *playa*, con síntomas de madurez, y el resto de productos” (Instituto de Turismo de España, 2014, pág. 4), el Pitr destaca entre sus medidas la homogenización de la clasificación de alojamientos de turismo rural, el impulso de la demanda nacional y el fomento de actividades relacionadas con el patrimonio cultura, natural y turismo sostenible con el medio ambiente. El plan, pretende hacer frente a las debilidades detectadas y aprovechar las oportunidades para potenciar al máximo este subsector de actividad turística para el que considera que España tiene un potencial extraordinario.

TABLA 2.3. Debilidades, retos y oportunidades del Turismo Rural en España

Debilidades	Retos y oportunidades
<p>Ausencia de planificación estratégica. Falta de visión integral del destino turístico rural. Estructura empresarial caracterizada por la fragmentación: oferta muy atomizada y heterogénea. Difícil acceso para el turismo exterior de algunas localizaciones. Exigencia de estándares de calidad que faciliten su comercialización en mercados internacionales. Diversidad de plataformas distribuidoras y dificultad para acceder a la comercialización global.</p>	<p>Articular el producto. Armonizar la clasificación de alojamientos. Mejorar la comercialización online. Desarrollar iniciativas de turismo experiencial. Posicionar España como destino de turismo rural en mercados internacionales con potencial de generación de pernoctaciones. Formación y profesionalización (estándares de calidad en la prestación del servicio).</p>

Fuente. (Instituto de Turismo de España, 2014, pág. 7)

2.6. LA POLÍTICA TURÍSTICA EN LA UNIÓN EUROPEA

A nivel supranacional, dentro de la Unión Europea, las políticas relacionadas con el turismo dependen directamente de los estados miembros, por lo que no existe una competencia europea específica en materia de turismo.

Actualmente no se puede hablar en términos estrictos de una política turística europea, aunque la Unión Europea cuenta con los medios necesarios para influir en el sector turístico europeo, a través de documentos como los Reglamentos, Directivas y Decisiones, y trata el sector de forma transversal, ya que se encuentra englobada dentro de otras políticas (Política Regional, Medioambiental...). El primer documento que aparece respecto a una política turística común es una Comunicación adoptada, a petición Grecia, que constata la importancia del turismo en Europa, así como las políticas europeas de influencia en este sector, como los temas fiscales, transporte, medio ambiente, política de desarrollo regional, etc. Esta Comunicación deriva de la Resolución del Consejo de 1984 denominada *Primeras orientaciones para una política comunitaria de turismo*.

En 1986, en el Acta Única Europea no se menciona al turismo, pero se recogen políticas de gran influencia dentro de este sector, por ejemplo la referida al medio ambiente, a la libre circulación, o a la protección del consumidor. Este mismo año, se produce una Comunicación de la Comisión denominada *Acción Comunitaria en el sector del turismo* que recoge una serie de necesidades como la de facilitar el turismo (a través de la cartilla sanitaria común, facilitación de la obtención de divisas, etc.), la de distribuir mejor el tiempo y el espacio del turismo (a través del escalonamiento de vacaciones, de nuevas formas de turismo rural, social, etc.), la de mejorar la utilización de los fondos europeos o la necesidad de mejorar el entorno de trabajo de las profesiones turísticas.

En 1988 es declarado 1990 como el Año Europeo del Turismo. Durante este año son varios los documentos adoptados en el seno de la Comunidad Europea; cabe destacar entre ellos la *Comunicación sobre fomento de turismo rural*.

En el tratado de Maastricht y en el V Programa Medioambiental, se confirma por fin la importancia del turismo, y en 1992 por decisión del Consejo 92/ 421/ CEE, se aprueba un *Plan de acciones comunitarias a través del turismo* (Peña & Jiménez, 2003, págs. 23-25).

Europa es la primera región receptora de turismo del mundo y recibe más de la mitad del turismo mundial. Según datos de la OMT, Europa recibió en el año 2013, 562,8 millones de turistas, esto supone un 51,8% del turismo mundial (OMT, 2014, pág. 5). Es un sector clave para la economía europea y “genera más

del 10% del PIB de la UE, y el empleo de 9,7 millones de ciudadanos en 1,8 millones de empresas” (Unión Europea). Esto es así porque está integrada por algunos de los países más turísticos del mundo; Francia, España, Italia...países con ofertas turísticas muy variadas y que encuentran en el turismo una de las piedras angulares para su desarrollo económico. Son, por tanto, países competidores en un mismo sector, y esta circunstancia dificulta el establecimiento de una política común, que si bien puede ser beneficiosa para todos, choca con las suspicacias de los grandes receptores mundiales.

Aún así, existe la voluntad de acuerdos en beneficio de todos, y la Unión Europea, aunque de forma lenta, ha trabajado activamente en establecer algunas directrices comunes en materia de turismo. En 2001 se publica la Comunicación de la Comisión *Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo* (Unión Europea, 2001), en 2003, *Orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo europeo* (Unión Europea, 2003), en 2006, *Una nueva política turística en la UE-hacia una mayor colaboración en el turismo europeo*, y en 2007, *Agenda para un turismo europeo y competitivo* (Unión Europea, 2007). Pero no es hasta el tratado de Lisboa, publicado en el Diario Oficial de las Unión Europea el 17 de diciembre de 2007, cuando se reconoce al turismo como un sector fundamental para la economía de la UE, y, por primera vez se dota de una base jurídica a actividades turísticas dentro de UE, gracias a dicho tratado, los países miembros, podrán adoptar políticas comunes en el terreno de la promoción turística y para apoyar el turismo sostenible, así como el turismo social. El turismo pasa a la tercera categoría¹⁶ de competencias de UE, junto con las políticas comunitarias de industria, cultura, deporte y empleo

Posteriormente, en julio de 2010, la Comisión Europea publicó una Comunicación que busca mantener a Europa como el principal destino turístico del mundo, proponiendo consolidar el nuevo marco político unificado con una serie de iniciativas que deberán ser implementadas en

¹⁶ Las políticas de la tercera categoría permiten iniciativas de apoyo a los estados, pero prohíben armonizar legislaciones nacionales en esos ámbitos.

estrecha colaboración con los representantes del sector (Secretaría de Estado de Turismo).

2.7. LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO RURAL EN LA REGIÓN DE MURCIA

La Región de Murcia presentaba en los años 90 unos niveles de renta inferiores a otras zonas europeas, enmarcándose dentro de las zonas Objetivo 1 cuando empezó la iniciativa LEADER. El programa LEADER I se implantó exclusivamente en la zona del Noroeste, y se creó un solo Grupo de Acción Local. El GAL de la Región de Murcia era el Instituto de Fomento (INFO)¹⁷ desde diciembre de 1991 hasta diciembre 1993 (3 años).

En la práctica, el programa Comunitario LEADER I se aplicó en un porcentaje muy alto a la rehabilitación de alojamientos rurales. La financiación no fue aportada sólo por fondos del programa, sino que el INFO contribuyó con un porcentaje de ayuda a los proyectos presentados, las dos ayudas conjuntas representaban, como media, un 45% de cada proyecto ejecutado. En los inicios del programa, la población rural no estaba preparada para los cambios que suponía la diversificación de actividades, era necesaria una aportación generosa por parte de las instituciones para infundir confianza a la población. En el caso de la restauración de alojamientos rurales, parece ser que la gente se dejaba convencer más por el aliciente de que después de cinco años alquilando la casa restaurada, se la quedaría para uso particular, que por la idea emprendedora de crear una empresa. En la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM) la distribución de la financiación entre las diversas actividades se refleja en la *tabla 2.4*.

¹⁷ Convenio entre el IRYDA y el INFO relativo a la aplicación de una subvención global con arreglo a la decisión de la Comisión de la CEE nº C (91) 2789, de 6 de diciembre de 1991, relativa a la iniciativa comunitaria LEADER. La vigencia del convenio dura hasta 31 de diciembre de 1993. (IRYDA / INFO, 1992)

TABLA 2. 4. Financiación del programa LEADER I en la Región de Murcia

Concepto	%	Euros
Subvención comunitaria	27,28%	1.871.762
Administración central	4,82%	330.557
Administración autonómica	15,66%	1.074.399
Administración local	8,64%	592.826
Gastos privados	43,61%	2.992.277
Coste del programa	100,00%	6.861.821

Fuente: http://www.murcialeader.com/user/estadisticas_detail.php?option=12&padre=1&panel=10 (Consultado el 05 de mayo de 2011)

En la *tabla 2.5* siguiente se observa como más de la mitad de la financiación total (51,97%) va destinada directamente al desarrollo de actividades relacionadas con el turismo rural (medida nº 3).

TABLA 2. 5. Distribución porcentual de la financiación de las diversas actividades establecidas en el programa LEADER I en la Región de Murcia

Medidas	%
Turismo rural.	51,97%
Pequeña y mediana empresa, artesanía y servicios locales.	18,67%
Valorización y comercialización “in situ” de la producción agraria, forestal y pesquera local.	16,64%
Formación profesional y medida a la contratación.	6,22%
Grupo.	4,46%
Apoyo técnico al desarrollo rural.	2,03%
	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del convenio relativo a la aplicación de la subvención (IRYDA / INFO, 1992)

Pero no se debe obviar que el turismo es una actividad multidisciplinar, y por tanto, el desarrollo del resto de actividades incide de forma indirecta en el desarrollo del sector turístico, así, la formación, el desarrollo de la artesanía local o la creación de redes deberían de tener un efecto positivo sobre la atracción de turistas a las zonas implicadas.

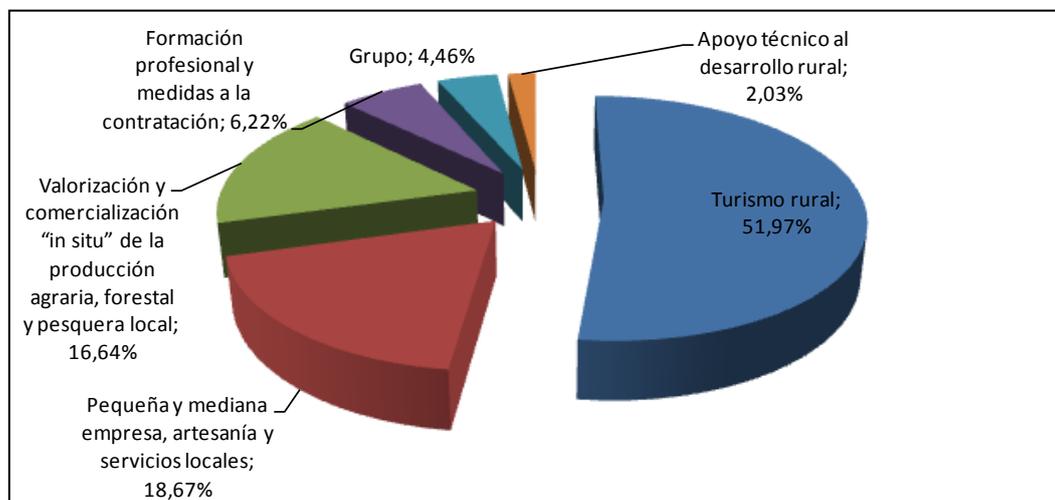


FIGURA 2. 6. Distribución porcentual de la financiación de las diversas actividades establecidas en el programa LEADER I en la Región de Murcia.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del convenio relativo a la aplicación de la subvención (IRYDA / INFO, 1992)

En el marco del programa LEADER II, en la Región de Murcia operaron 4 GALs de los 52 que se crearon en toda España, y actuaron en 30 municipios:

- Integral. Sociedad para el desarrollo rural integrado de las Comarcas del Noroeste y Rio Mula, pedanías altas de Lorca y Sierra Espuña. Constituido en junio de 1995.
- Vega del Segura. Asociación para el desarrollo rural integrado de los Municipios de la Vega del Segura. Constituida en diciembre de 1996.
- Campoder. Asociación para el desarrollo integral del Campo de Cartagena. Constituida en marzo de 2000.
- Nordeste. Asociación para el desarrollo comarcal del Nordeste de la Región de Murcia. Constituida en marzo de 1996.

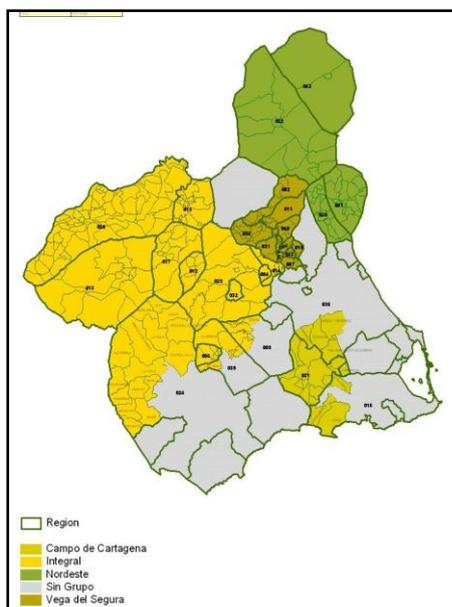
La inversión total de la iniciativa LEADERII en la Región de Murcia fue de casi veintinueve millones de euros cofinanciados entre el sector público local, autonómico, nacional y comunitario, y el sector privado que aportó más del 50% de los fondos invertidos según se observa en la *tabla 2.6*.

TABLA 2. 6. Financiación del programa LEADER II en la Región de Murcia

Concepto	%	Euros
Subvención comunitaria	36,29%	10.499.601
Administración central	2,14%	618.746
Administración autonómica	6,04%	1.746.145
Administración local	4,31%	1.247.755
Gastos privados	51,23%	14.821.348
Coste del programa	100,00%	28.933.595

Fuente.http://www.murcialeader.com/user/estadisticas_detail.php?option=12&padre=1&panel=10. Consultado el 05 de mayo de 2011

El programa LEADER + se aplicó en un mayor número de territorios: Comarca del Altiplano, Noroeste, Vega Alta del Río Segura, Río Mula, Valle de Guadalentín y Campo de Cartagena. Se aplicó través de cuatro GAL. *La figura 2.7* muestra la distribución territorial de los grupos del programa LEADER + en la Región de Murcia.

**FIGURA 2. 7.** Grupos del programa LEADER + de la Región de Murcia

Fuente. Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006 - 2012

TABLA 2.7. Grupos del programa LEADER + de la Región de Murcia

ORGANIZACIÓN / MUNICIPIOS INTEGRANTES
<p>Asociación para el Desarrollo Comarcal del Nordeste de la Región de Murcia</p> <p>Abanilla, Fortuna, Jumilla, Yecla</p>
<p>Asociación para el Desarrollo Rural Integrado de los Municipios de la Vega del Segura</p> <p>Alguazas, Ceuti, Lorquí, Archena, Ulea, Villanueva, Ojós, Ricote, Blanca, Abarán</p>
<p>Integral, Sociedad para el Desarrollo Rural</p> <p>Albudeite, Aledo, Bullas, Calasparra, Campos del Río, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Moratalla, Mula, Pliego</p> <p>Totana (La Sierra, Morti, Las Viñas)</p> <p>Alhama de Murcia (Gebas, El Berro, Espuña) Lorca (Coy Aviles, Doña Inés, Zarzadilla de Totana, Torrealvilla, La Paca, Zarzadilla de Ramos, Cubebrina, La Tova, Fontaneras, Umbría, Jarales, Ortillo, Zarzalico, Nogalte, Bejar</p>
<p>Asociación para el Desarrollo Integral del territorio “Campo de Cartagena”</p> <p>Fuente Álamo</p> <p>Murcia (sudeste) (Baños del Mendigo, Corvera, Carrascoy, Valladolides y Lo Jurado) Cartagena (noreste) (Lobosillo, Los Puertos, Perin)</p>

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua¹⁸

El programa LEADER+ concentró una gran cantidad de recursos en medidas de turismo rural y muy pocos en otras medidas, como es el caso de patrimonio natural o la valorización de productos agrarios (Millán Escriche, 2007, pág. 156). La *tabla 2.8* muestra como se distribuyó la financiación entre el sector público y privado.

¹⁸ Datos obtenidos del Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006 – 2012 (CARM, 2006)

TABLA 2. 8. Financiación del programa LEADER + en la Región de Murcia

Concepto	%	Euros
Subvención comunitaria	28,45%	10.785.011
Administración central	4,84%	1.834.319
Administración autonómica	4,84%	1.834.319
Administración local	4,61%	1.749.047
Gastos privados	57,26%	21.710.833
Coste del programa	100,00%	37.913.529

Fuente: http://www.murcialeader.com/user/estadisticas_detail.php?option=12&padre=1&panel=10. Consultado el 05 de mayo de 2011

En la tabla 2.9 se hace una comparación entre los tres programas de la iniciativa LEADER en la Región de Murcia, en ella se observa como el programa LEADER + fue el que más fondos destinó, y que los porcentajes de financiación aportados por el sector público y privado varían significativamente, así, el sector privado aumentó su participación en 12,65 puntos porcentuales respecto a la participación de las administraciones públicas, y de estas últimas, las que más han reducido su participación han sido la administración autonómica y local.

TABLA 2. 9. Resumen de la financiación de la iniciativa LEADER para el desarrollo rural en la Región de Murcia

FASE	LEADER I	LEADER II	LEADER +
PERIODO	1991 - 1994	1994 - 1999	2000 - 2006
PRESUPUESTO	6.861.821	28.933.595	37.913.529
Subvención comunitaria	27,28%	36,29%	28,45%
Administración central	4,82%	2,14%	4,84%
Administración autonómica	15,66%	6,04%	4,84%
Administración local	8,64%	4,31%	4,61%
Gasto privado	43,61%	51,23%	57,26%

Fuente. Elaboración propia

Respecto a los programas PRODER, se desarrolló un programa PRODER I en la Región de Murcia en el que se invirtieron 1.594,6 millones de pesetas, lo que supuso un 1,6% del total de los fondos nacionales destinados a este programa. (MAGRAMA, 1998, pág. 17). La segunda fase del programa (PRODER II), no se desarrolló en la Región de Murcia.

La Comisión Europea aprobó con fecha 16 de julio de 2008 el Programa de Desarrollo Rural de la Región de Murcia (PDRRM) para el periodo de programación 2007-2013 elaborado en cumplimiento con las directrices del Programa de Desarrollo Rural Sostenible nacional para el periodo 2010-2014. El PDRRM Se asienta en cuatro ejes:

1. Aumento de la competitividad del sector agrícola y forestal. Incluye medidas de formación, asesoramiento, modernización de explotaciones y mejora de infraestructuras para esos sectores.

2. Mejora del medio ambiente y del entorno rural. Incluye medidas de ayuda a poblaciones en zonas con una realidad geográfica difícil de gestionar, y mitigación de incendios.

3. Calidad de vida de las zonas rurales y diversificación de la economía rural. Este eje se centra en las ayudas a la creación y desarrollo de empresas con el objeto diversificar la economía con actividades no agrícola. Dentro de las medidas de este eje se incluye de forma explícita el fomento de la actividad turística. El eje incluye también la mejora de las prestaciones de servicios básicos, la conservación y mejora del patrimonio, y la formación e información.

4. LEADER. Las medidas de este eje van destinadas a aplicar la metodología de los programas LEADER en las estrategias de desarrollo local, así como el desarrollo de proyectos de cooperación y el apoyo a los grupos de acción local.

El programa, de acuerdo con o el artículo 86 del Reglamento General FEADER 1698/ 2005, propone un sistema de evaluación continua. La evaluación continua supone tres fases: ex – antes, intermedia y ex – post. Para ello se crea un comité de seguimiento. “El Marco Comunitario de Seguimiento y Evaluación (MCSE) establece cinco tipos de indicadores: indicadores de realización, resultados, impacto, contexto y objetivos” (Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 2010, pág. 458).

3. MARCO GENERAL DEL TURISMO RURAL

3.1. CONCEPTO DE TURISMO RURAL

Algunos autores clasifican los productos turísticos¹⁹ en función de las distintas actividades que realizan los turistas (compras, negocios, deporte, ocio...), otros como Velasco (2004, pág. 21) los agrupan en función del entorno en el que se desarrollan (marítimo, social, cultural, urbano y natural). Cualquiera de estas clasificaciones está sujeta a discusión en función de los criterios de la persona que lo interprete. Como afirma el profesor López Palomeque (2008, pág. 22) “abordar el significado de turismo rural, revisando sus definiciones y características, conduce a considerar previamente, como marco y como referencia necesaria, la propia delimitación del concepto *turismo*, su diversidad, la existencia de modalidades turísticas y la necesidad conceptual y operativa de adjetivarlo”. Se empieza, por tanto, definiendo el concepto de turismo. Como ocurre en muchos aspectos de las ciencias sociales, no existe un acuerdo unánime en la conceptualización de alguno de sus términos fundamentales. De entre todas las definiciones analizadas se toma como base la establecida por la Organización Mundial del Turismo (OMT)²⁰.

La OMT establece que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias distintas a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros. La definición gira en torno al término “actividad turística”, entendida como una actividad que realizan las personas cuando cumplen unos requisitos de lugar, tiempo y motivación. A estas personas se les llama turistas, y todas esas actividades conforman el mundo del turismo.

¹⁹ El subsistema de productos turísticos comprende el entramado de recursos que han sido elaborados por el sector y transformados en ofertas (Velasco González, 2004, págs. 20-21).

²⁰ La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo especializado de las Naciones Unidas y representa la principal institución internacional en el campo del turismo. Constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados en este campo.

Según Montaner (2001, pág. 24) “las actividades turísticas van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre, de ocio y vacacional con una serie de productos y servicios en los que el propio turista sea agente activo o pasivo de la propia actividad turística a desarrollar”. Montaner (2001, pág. 250), clasifica los productos turísticos en función de las actividades que se realizan, esta clasificación es muy amplia e incluye diecinueve productos turísticos entre los que a veces, se solapan los conceptos. Dentro de esa clasificación define el turismo rural como:

El conjunto de actividades que se desarrollan en contacto con la naturaleza y la vida en el campo en pequeñas poblaciones rurales, estas actividades se concretan en actividades agrícolas, de conocimiento de la vida cultural de la población rural, excursiones a pie para conocer los parajes naturales, la flora y la fauna del lugar, práctica de deportes en ríos, lagos, montañas, organización de cursos de cocina y gastronomía locales....

En esta definición de turismo rural se entremezclan conceptos propios de diversas actividades turísticas como son el turismo de naturaleza, el turismo cultural, o el turismo activo.

Vogeler y Hernández (2000, pág. 261) reconoce la dificultad de definir el turismo rural, ya que tiene connotaciones que lo hacen similar al turismo ecológico o medioambiente. Vogeler realiza una clasificación más concisa que la de Montaner que engloba, básicamente, los mismos conceptos, y lo define como:

Aquel tipo de turismo que se desarrolla en localidades pequeñas de interior o en el campo y en las que la actividad económica más importante es la agricultura, la explotación forestal o la ganadería, la motivación que mueve a los turistas está muy ligada al medio ambiente, buscando por lo común localidades en las que prima el modo de vida tradicional.

Igual que Montaner, la definición expuesta por Vogeler engloba otros productos que él define individualmente como el cultural, turismo de grandes acontecimientos, o turismo de compras.

Para Ivars (2000, pág. 75), “el turismo rural comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en espacios rurales, con una

permanencia mínima de una noche, con motivo de disfrute de los atractivos de *lo rural* y de las posibilidades que ofrecen estos espacios para la satisfacción de necesidades más específicas”. Matarredon e Ivars (2000, pág. 73) dan prioridad a la población autóctona en la elaboración de estrategias integradas de desarrollo turístico rural tanto participando en la definición del modelo turístico como beneficiándose de su puesta en funcionamiento. Esta idea es también defendida por Cánoves (2006, pág. 18) cuando afirma que “la comunidad local como protagonista integra territorio, patrimonio, tareas y costumbres propias de la vida rural y actividades de ocio”, tal y como se muestra en la siguiente figura

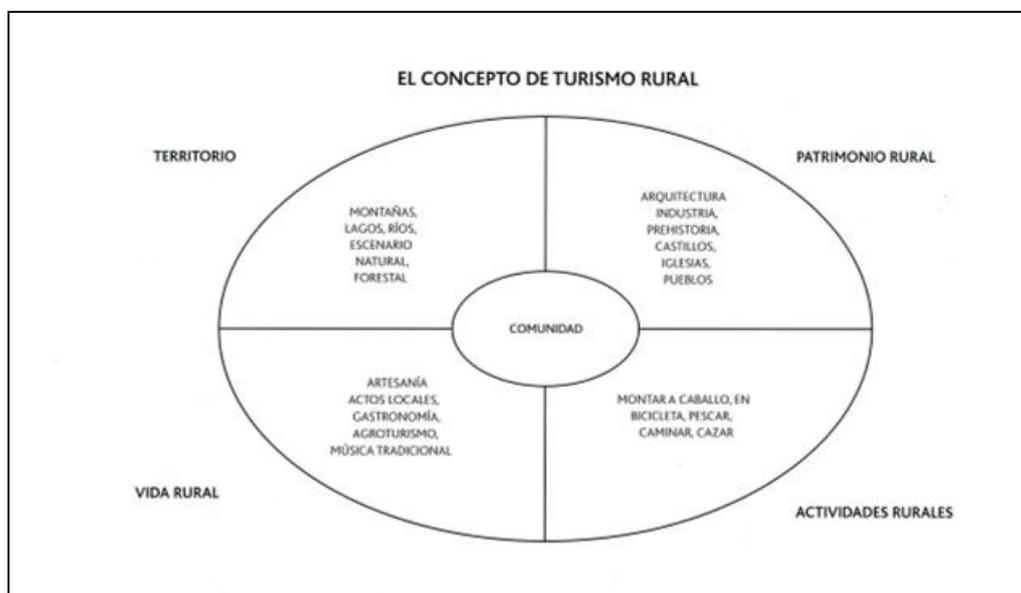


FIGURA 3. 1. El concepto de turismo rural

Fuente. (Cánoves, 2006, pág. 18)

Bote (2001, pág. 35) introducen el concepto de turismo en áreas rurales en lugar del de turismo rural. “El turismo en áreas rurales se define como cualquiera actividad turística implantada en el medio rural, considerando como parte importante de este último las áreas naturales, litorales, etc”.

TABLA 3. 1. Concepto de turismo rural

ESCENARIO	OBJETO	SEGMENTO
Medio rural y / o natural	Integración, conservación, sustentabilidad	Ecoturismo
	Búsqueda de valores culturales	Turismo cultural
	Actividades agropecuarias	Agroturismo
	Nuevas experiencias	Turismo de aventura
	Actividades deportivas	Turismo deportivo

Fuente: (Crosby & Moreda, 1996, pág. 24)

Peña M. J. y Jiménez P. (2003, págs. 18-19) afirman que “la diversidad tan grande del producto turístico que se da en espacios y latitudes tan variadas, permite a cada país, región o comunidad, dar su propia versión del turismo rural” e identifican las siguientes actividades que se suelen realizar en el medio rural:

Agroturismo: comprende visitas a establecimientos rurales para disfrutar de actividades agropecuarias, involucrándose activamente en las operaciones del mismo. Es decir que el interés principal del visitante está por las actividades propias de una explotación agropecuaria, sin excluir el desarrollo de otras actividades complementarias.

Ecoturismo: turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

Turismo de aventura: una motivación turística que a su vez tiene diferentes manifestaciones, algunas de ellas muy populares desde hace muchos años, antes de que se incluyeran en este concepto: alpinismo, turismo cinegético, buceo marino y deslizamiento en los rápidos, y muchos otros que pueden entrar en este particular modo de hacer turismo, que también podrían clasificarse como turismo deportivo activo.

Turismo de salud: cuando se realiza en áreas rurales, por lo general en balnearios de aguas termales y/ o curativas.

Turismo religioso: que son desplazamientos hacia santuarios localizados en zonas rurales donde se celebran fiestas religiosas. Se manifiesta

principalmente por peregrinaciones que hacen los fieles a lugares considerados santos, casi siempre en fechas significativas, ya sea la celebración de una aparición o la fiesta de algún santo que por lo general va acompañado de una manifestación lúdica.

Después de hacer una revisión bibliográfica de tantas definiciones se observa que el turismo en espacios rurales es tangencial a otros tipos de turismo, y lo que es más importante, los engloba como modalidades que no se excluyen sino que se complementan. El Plan integral de Turismo Rural (Instituto de Turismo de España, 2014, pág. 4) lo resume de una manera sencilla: “actividad turística en entorno rural o natural no masificado”. Esas actividades incluyen: Ecoturismo y turismo verde, turismo cultural, turismo deportivo, agroturismo, turismo de aventura y turismo blando²¹ o alternativo.

El foco central de una definición deba situarse en la experiencia del turista, y en cuál es su motivación para realizar esta actividad. En este sentido Stephen y Connell (2009, p. 499) afirman que las características de la experiencia de turismo rural que explican por qué atrae y hace que a la gente le divierta el campo son:

- Lo remoto y solitario.
- Paz, tranquilidad, silencio, relax medioambiente.
- Aventura y desafío. Oportunidad para practicar deportes o hobbies.
- Salud y bienestar. Aire fresco.
- Vida salvaje y campo, interés en el medioambiente.
- Experiencia con la comunidad rural, cultura y estilo de vida.
- Tranquilo escenario para estar con la familia o los amigos.

²¹ Definición de la entidad alemana Studienkreis für tourismus El turismo blando es un turismo consciente y responsable que observa un gran respeto por las características del país anfitrión y por la idiosincrasia de su población. El turismo blando incorpora una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las sociedades receptoras. El turismo blando significa descanso y beneficio óptimo para la población visitante y la población visitada

Dos premisas esenciales en la concepción del turismo blando son: la participación de la población de cada país en la elaboración de la política nacional de desarrollo del turismo, como medio de asegurar que sea la principal beneficiaria de la actividad turística y como medio para evitar los macro proyectos turísticos y la especulación de capitales extranjeros.

- Un cambio de la continua vida urbana.
- Tomar parte en las actividades rurales con el trabajo de conservación.
- Explorar identidades históricas, interés en patrimonio.

Para que el turista pueda satisfacer sus motivaciones se deben definir estrategias de desarrollo que impliquen una utilización responsable del espacio rural. Según Bote (2001, págs. 58-ss), esta estrategia debe tener algunos objetivos diferenciales respecto al turismo convencional, que son: compatibilizar la conservación y el desarrollo de los recursos turísticos, crear una oferta no concentrada y de pequeña escala pero coordinada a nivel local y comercial, estimular el contacto con la naturaleza mediante la creación y promoción de actividades al aire libre y la potenciación de un auténtico diálogo entre la población rural y urbana, y mediante un conjunto de actividades de animación sociocultural. Además, este tipo de turismo ha de ser organizado y gestionado por la población rural, lo que es posible, pues se trata de oferta de pequeña escala (Matarredona Coll & Ivars Baidal, 2000, pág. 73) y además es necesario porque de esta forma se consigue un desarrollo autónomo y no dependiente y se optimizan los beneficios directos e indirectos del turismo en el espacio rural.

De las definiciones expuestas anteriormente, se puede deducir que el turismo rural no se puede definir sólo en relación a una actividad, ya que su práctica engloba actividades de turismo cultural, de naturaleza, o activo. Se considera, por tanto, como un multiproducto cuya peculiaridad es que se desarrolla en el espacio rural y en contacto con las comunidades locales, “el turismo rural precisa la integración con su entorno y sus gentes” (Millán Escriche, 2002, pág. 233). Según estas consideraciones se ha diseñado una matriz que delimita los productos turísticos en función de las actividades que se desarrollan. En la matriz se recogen las distintas actividades que realizan los turistas en un destino. Se han puntuado las actividades de 1 a 5 en función de que se considere que estas son practicadas en mayor o menor grado por los turistas rurales con la naturaleza, y la vida en el campo en pequeñas poblaciones rurales (Vogeler Ruiz & Hernández Armand, 2000, pág. 250).

TABLA 3. 2. Clasificación de las actividades turísticas en el medio rural.

¿Qué actividades realiza el turista en sus viajes?	Relación turismo rural
Actividades culturales	
Museos	1
Monumentos	2
Manifestaciones histórico / culturales	5
Espectáculos (incluidos deportivos)	1
Cursos	1
Folclore	4
Exposiciones.	1
Práctica de deportes	
Aventuras	3
Montaña	5
Senderismo	5
Acuático	3
Deportes de invierno	2
Golf	0
Disfrutar de la naturaleza	5
Disfrutar de zonas rurales	
Actividades agrícolas	4
Conocimiento de la vida y cultura de la población rural	4
Negocios	
Comerciales	0
Congresuales	0
Visitas a empresas	0
Cursos	1
Simulacros de situaciones	1
Gastronomía	3
Sol y playa	0
Caza y pesca	2
Navegación en ríos	3
Cuidado de salud y belleza	1
Peregrinación	2
Compras	0

Fuente. Elaboración propia

El concepto de turismo rural engloba distintos aspectos, de infraestructuras, de actividades, de usuarios, de gestores...En vista de los resultados de las puntuaciones de la matriz, se define un destino de turismo rural como un destinos multiproducto en el que las principales actividades que se realizan están relacionadas con el disfrute de la naturaleza y de las zonas rurales donde se realizan actividades agrícolas y se involucra en la vida y cultura de la población rural. Existen otros componentes que lo condicionan fuertemente como es la práctica de deportes relacionados con el medio natural (montañismo, senderismo y otros deportes de aventura). Pero no sólo se caracteriza el turismo rural por las actividades que en él se realizan, sino por la infraestructura que emplea, entre la que destacan los alojamientos que representan las casas y construcciones tradicionales de las zonas, aunque se ha observado que todas las personas que se alojan en este tipo de establecimiento no realizan actividades propias de turismo rural²², ni todas las personas que realizan actividades propias de turismo rural se alojan en este tipo de alojamiento.

Se puede concluir que cualquier definición de turismo rural debe llevar asociados los siguientes conceptos:

- Desarrollo en el medio rural²³ y uso de sus infraestructuras, especialmente el uso de alojamientos rurales.
- Realización de actividades en el medio natural.
- Interés por los recursos culturales locales.

²² Los alojamientos de turismo rural tienen una de sus máximas ocupaciones en el mes de diciembre, según estudios del departamento de métodos cuantitativos de la Universidad de Murcia, gran parte de esta ocupación se debe a personas que pasan la última noche del año en una casa rural, y cuya principal motivación es la de estar con los amigos. Igualmente, en una encuesta de motivaciones realizada por este departamento, se demostró que un gran número de personas que se alojan en alojamientos rurales a lo largo del año, lo hacen para estar con los amigos, lo cual denota un interés más festivo que de disfrutar de la naturaleza, o del medio rural.

²³ La ley 45/ 2007 de 13 de diciembre para el desarrollo sostenible del medio rural define este como el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y un densidad inferior a 100 habitantes por km² (MAGRAMA, 2007)

- Contacto con las comunidades locales, a las que deben revertir los beneficios de este tipo de turismo.

El producto turístico rural engloba, por tanto, una combinación de diversos productos, que podrían centrarse en recursos turísticos, actividades, alojamiento y servicios (García Henche, 2005, pág. 116).

Desde hace algunos años, el desarrollo de turismo rural se ha asociado a la “filosofía slow”. El movimiento slow es una corriente cultural que aboga por un control del tiempo en lugar de por un sometimiento al mismo, que es lo habitual en las sociedades económicas modernas. No está en contra del desarrollo tecnológico, sino que aboga por el aprovechamiento de este para ahorrar tiempo y dedicarlo a cosas más sencillas y placenteras. Las cosas más importantes de la vida no deben acelerarse. Este movimiento tiene su origen en Italia, en una protesta realizada en la Plaza de España de Roma contra la apertura de un establecimiento de Mc Donald, a partir de ahí, se creó la organización “slow food”. *Slow food* “es una asociación ecogastronómica sin ánimo de lucro financiada por sus miembros, se fundó en 1989 para contrarrestar la *fast food* y la *fast life*, impedir la desaparición de las tradiciones gastronómicas locales y combatir la falta de interés general por la nutrición, por los orígenes, los sabores y las consecuencias de nuestras opciones alimentarias” (Asociación Slow Food).

Por su parte, la asociación *Cittaslow* engloba una red de ciudades comprometidas que cumplen los siguientes requisitos:

- Política medioambiental basada en promocionar técnicas de recuperación y reciclaje de los residuos.
- Política urbanística para mejorar el territorio, no para ocuparlo.
- Uso de los avances tecnológicos para la mejora de la calidad del medioambiente y núcleos urbanos.
- Promoción de la producción y uso de productos alimentarios obtenidos mediante técnicas naturales y compatibles con el medioambiente, sin incluir los productos transgénicos e implantando, si procede, servicios propios de defensa y desarrollo de producciones autóctonas.

- Potenciación de las producciones autóctonas vinculadas al territorio: se mantienen las tradiciones más ancestrales y se promociona la relación entre los consumidores y productores de calidad.

- Potenciación de la hospitalidad y convivencia entre los habitantes y turistas.

- Concienciación tanto de los habitantes como de los operadores turísticos sobre lo que significa el hecho de vivir en una ciudad slow y sus repercusiones, dedicando especial atención a la sensibilización de los jóvenes mediante planes de formación específicos.

La población de las ciudades de la red no puede ser superior a 50.000 habitantes. (Cittaslow)

De estos dos movimientos se deriva el concepto de *turismo slow* que De Luis Blanco (2011, pág. 127) define como:

Una forma de considerar tanto el viaje como el tiempo vacacional en el destino como partes integradas de la experiencia vacacional, de acuerdo a una filosofía (slow) que implica un consumo responsable, la percepción del ocio y el turismo como satisfacción y recuperación tanto física como psíquica, cultural y social y la convicción de que la calidad debe primar sobre la cantidad

De Luis Blanco (2011, pág. 128), citando a Matos indica que:

Para promover y desarrollar el turismo slow de manera exitosa, se requiere que todos los interesados directa o indirectamente, estén informados, motivados e implicados. Así, es imprescindible que la población local acepte el turismo slow al igual que es necesaria la implicación de empresa y asociaciones locales.

3.2. CAUSAS DEL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL

El desarrollo del turismo rural es un fenómeno reciente que se ha producido por el efecto de cambios en la oferta y de la demanda. Cuando a mediados del siglo XX se vislumbró el turismo como una industria decisiva para promover el desarrollo económico de España, la política turística se centró en un solo recurso,

el turismo de *sol y playa* “tratando de aprovechar las ventajas competitivas españolas, en lo climático y en lo monetario, respecto a otros países del norte que debían hacer llegar turistas y divisas” (Alvarado Corrales, 2006, pág. 131).

Según Moreno Garrido (2007, pág. 282), el germen del turismo rural en España data de 1967, cuando la “Subsecretaría de Turismo y el Servicio de Extensión Agraria lanzaban un programa para potenciar el turismo en granjas y casas de labranza, alarmados por el imparable proceso del éxodo rural y despoblamiento del campo español”. Esta acción duró hasta 1985, y consistió en la distribución de subvenciones para la rehabilitación de casas rurales para destinarlas a uso turístico.

Como se observa en la *tabla 3.3*, a pesar del esfuerzo, el producto no llegó a consolidarse y creció con fuerza durante una década, para caer con la misma intensidad en la década posterior debido a “la inmadurez de un producto turístico que carecía de oferta complementaria y estudios que favorecieran toda su potencialidad, además de algunos fallos de gestión” (Moreno Garrido, 2007, pág. 283). Se trataba de un modelo de desarrollo aislado y ajeno a la verdadera apuesta del turismo nacional basado en el *sol y playa* y que se intentaba desarrollar en un entorno carente de infraestructuras que aseguraran su éxito.

TABLA 3.3. Evolución del número de casas rurales en España desde 1969 a 1986

Año	Casas rurales
1969	834
1979	9.250
1984	2.000
1986	1.826

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de Moreno Garrido (2007, pág. 282)

La constitución del año 1978 supuso un punto de inflexión en la visión territorial del planeamiento turístico. El artículo 148 establece que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en la promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial. Este traspaso de competencias permite una toma de decisiones más cercana a la idiosincrasia de cada territorio y

la puesta en valor de zonas, hasta la fecha, fuera de la planificación turística nacional.

Desde mediados del siglo XIX se observó lo beneficioso que resultaba pasear por el campo, el ejercicio al aire libre e incluso pasar temporadas en pleno entorno natural (Larrinaga, 2006, pág. 68). Pero fue a principios de los años noventa cuando las instituciones de la UE dieron un impulso definitivo al desarrollo y ordenación del turismo rural. Las instituciones comunitarias preocupadas por dar una salida a la crisis del medio rural, cuya economía agrícola se debilitaba y amenazaba con su despoblamiento y las consiguientes pérdidas de tradiciones e identidad cultural, apostaron por el fomento de la diversificación de actividades, dando una especial prioridad a las actividades de turismo rural. Estas medidas impulsaron la aparición de empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo rural²⁴ (alojamientos, restauración, actividades...).

La evolución del turismo rural se puede estudiar desde el punto de vista de la demanda y de la oferta, ambas sufrieron evoluciones que propiciaron su desarrollo. Por una lado cambiaron los hábitos de la demanda turística hacia unos gustos compatibles con el medio rural, y por otro lado, la oferta se desarrolló para adaptarse a estas nuevas necesidades del mercado, pero también para tratar de paliar la crisis económica y social del medio rural a través de una diversificación de la actividad económica. Esta última razón motivó a las autoridades públicas a impulsar el desarrollo de una oferta de actividades en el medio rural. Esta injerencia del sector público favoreciendo el desarrollo de la oferta indujo un desequilibrio en el mercado provocando la aparición de un exceso de oferta. “El turismo rural ha protagonizado un importante proceso de crecimiento en España, que salvo excepciones, no responde a criterios racionales de planificación” (Pulido Fernández & Cárdenas García, 2011, pág. 155).

El Plan Integral de Turismo Rural 2014 (Instituto de Turismo de España, 2014, pág. 5 y 6) afirma que “el turismo rural vivió hace aproximadamente una década, una fase de crecimiento exponencial que supuso una expansión rápida de

²⁴ El crecimiento de las plazas de alojamiento fue del 2.509 % desde el año 1994 al 2005, según datos del Instituto Nacional de Estadística

la oferta al ser percibida como una solución atractiva para la dinamización de determinadas zonas rurales...no obstante, aunque durante estos primeros años expansivos la demanda creció en paralelo a la oferta de forma equilibrada, a partir de los años 2006 y 2007 la oferta evoluciona con mayor intensidad que la demanda, que ha llegado a contraerse”, tal y como se observa en la *tabla 3.4*.

TABLA 3. 4. Evolución del número de pernoctaciones en alojamientos rurales y hoteleros en España. Periodo 2001-2013.

Año	Alojamientos rurales		Alojamientos hoteleros	
	Pernoctaciones	Variación anual	Pernoctaciones	Variación anual
2001	3.544.829		228.681.569	
2002	4.015.173	13,27%	222.554.781	-2,68%
2003	4.476.140	11,48%	228.160.907	2,52%
2004	5.492.514	22,71%	234.697.164	2,86%
2005	6.306.330	14,82%	245.637.158	4,66%
2006	7.438.382	17,95%	267.027.858	8,71%
2007	7.938.622	6,73%	271.689.482	1,75%
2008	7.843.924	-1,19%	268.551.840	-1,15%
2009	7.920.437	0,98%	250.984.811	-6,54%
2010	7.659.782	-3,29%	267.801.274	6,70%
2011	7.696.369	0,48%	286.761.259	7,08%
2012	7.527.374	-2,5%	280.659.548	-1,88%
2013	6.938.029	-7,82%	286.030.159	1,91%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística²⁵

Desde la década de los 90, la demanda de alojamientos de turismo rural creció a un ritmo elevado, por encima del resto de alojamientos hotelero, esto es comprensible si se considera que el rural era un tipo de alojamiento orientado a un producto turístico no estructurado en España y con unos niveles de demanda muy bajos. Al partir de unas cotas más bajas que otro tipo de alojamientos

²⁵ La Encuesta de Ocupación en alojamientos de turismo rural recoge información referente a todos los alojamientos de turismo rural según están definidos en las distintas normativas legales de cada Comunidad Autónoma. Esta encuesta consiste en un formulario que todos los meses deben cumplimentar los establecimientos reglados.

(hoteles, apartamentos o acámpamelos²⁶) asociados a productos más desarrollados (sol y playa, cultural...), sus posibilidades de crecimiento eran mayores.. La crisis económica del 2007 truncó esta evolución de la misma manera que la del resto de subsectores turísticos, en un momento en que se puede decir que el producto todavía no había alcanzado su madurez, ya que seguía ofreciendo tasas de crecimiento muy elevadas. Desde el año 2007, las pernoctaciones en alojamientos rurales han descendido, y mientras que los alojamientos hoteleros parecen remontar a partir del año 2010, los alojamientos rurales siguen presentando tasas negativas (crecimientos en dicho periodo de -5,47 % y 3,56 % respectivamente). Se crearon muchas expectativas respecto a la capacidad del turismo para dinamizar las economías rurales, sin embargo, estas expectativas no se han visto satisfechas en la mayoría del territorio nacional (Solsona Monzonis, 2014, pág. 329)

Se exponen primero las causas de la evolución de la demanda que propició el crecimiento del turismo rural en la última década del siglo XX y los primeros años del XXI. Pulido y Cárdenas (2011, pág. 156) hablan de un cambio y ampliación del cuadro motivacional del turista medio español, de un rechazo al modelo masificado del litoral que provoca el creciente deseo de personalización de los viajes y un mayor interés general por el medioambiente y por aprender, así como la vuelta a los valores de la cultura local. El turismo rural se presenta como una alternativa a los destinos masificados, ofreciendo una gran cantidad de actividades en espacios abiertos y satisfaciendo un interés por las culturas tradicionales. El crecimiento del turismo rural supone una búsqueda de la naturaleza y una vuelta a las raíces culturales (Albacete Sáez, 2004, pág. 32).

Los cambios en el comportamiento de la demanda son el motor del desarrollo de turismo rural (Viñals Blanco, 2002, pág. 63). La demanda turística pasó de tener una actitud contemplativa a otra más participativa, el mercado se segmentó, y aparecieron grupos de turistas con perfiles más definidos, que buscaban nuevas sensaciones y demandaban productos más específicos relacionados con la naturaleza y el atractivo sociocultural. Frente al modelo de desarrollo turístico de masas principalmente basado en el monoproducto de *sol y playa*, con una fuerte estacionalidad y con una escasa o nula planificación, se

²⁶ El INE llama acampamentos a los campings.

abrían paso nuevos productos que respondían a un nuevo perfil de turista, más concienciado con los valores medioambientales, que buscaban entornos atractivos naturales y paisajísticos, lugares con identidad propia en los que la cultura y sus costumbres se conservan actuando como elementos diferenciadores. “Los turistas buscan experiencias distintas al tradicional turismo de sol y playa, prefieren un turismo más individualizado y flexible, muestran nuevas formas de alojamiento y muestran un interés creciente por el contacto con la naturaleza” (García Henche, 2005, pág. 113).

En este nuevo contexto se enmarca el auge de un turismo vinculado a las zonas rurales y a los espacios naturales que parte de un planteamiento respetuoso con el medio ambiente y su entorno, en cuya autenticidad y valor reside el éxito de su desarrollo, lo que lo convierte en un instrumento para la conservación y puesta en valor de los recursos naturales, la protección del medio ambiente, y la promoción y fortalecimiento de su identidad cultural. Este impulso del turismo artesanal en espacios rurales se ha debido, en parte, a una fuerte presión de la demanda integrada fundamentalmente por residentes de zonas urbanas, quienes buscan espacios naturales libres de la aglomeración y la contaminación que invade las grandes ciudades, personas que quieren emplear su tiempo libre en vivir la naturaleza, mezclarse entre la cultura y las costumbres de la gentes que habitan las zonas rurales, deseosos de experiencias repletas de autenticidad, con el sabor de lo tradicional, para quienes la preservación del paisaje rural, el patrimonio cultural y el medio natural son aspectos esenciales en la elección de un destino turístico.

Según García Henche (2005, pág. 115) “los turistas que deciden hacer turismo rural tienen en mente romper con la formalidad de su comportamiento en la ciudad. Buscan el campo y una oportunidad para restituir sus energías y el equilibrio. Un turista que valora su calidad de vida busca un pueblo pequeño, tranquilo, con naturaleza viva y cultura local atrayente”

La Organización Mundial del Turismo (OMT), establece también una serie de aspectos que han contribuido al impulso de la demanda de turismo rural:

- Incremento de los espacios naturales a nivel mundial.

- Incremento de la información ambiental a través de los medios de comunicación.

- Aumento del tiempo libre del conjunto de la sociedad.

- Cambio en la estructura de ese tiempo libre. Vacaciones cortas distribuidas a lo largo del año que exigen el desplazamiento a lugares más cercanos.

- Aumento del poder adquisitivo y de la movilidad de los ciudadanos.

- Modas sociales. La ecología, el mundo rural, las actividades ligadas al ocio en espacios naturales y sobre todo el medio ambiente en general están de moda.

- Mala planificación de las ciudades. Las ciudades tienen pocas zonas verdes y modos de vida y de desarrollo social despersonalizados, que expulsan a los ciudadanos a los espacios naturales.

- Cambio en los valores de la sociedad. En estos momentos, la sociedad está volcada en la solidaridad, el voluntariado ambiental, y la conservación del planeta.

- Aumento del nivel de formación de la población.

Uno de los factores que están estimulando las transformaciones actuales en el sector turístico son los propios consumidores. En los países desarrollados se están produciendo cambios en la estructura poblacional, en los valores sociales predominantes, en los estilos de vida, en los niveles educacionales, en el tiempo libre y en los niveles de renta disponibles, favoreciendo, todo ello la aparición de viajeros informados y experimentados con una gran diversidad de necesidades y deseos.

La OMT (Sancho Pérez, 1998, pág. 338 y 384) destaca otros factores que influyen en el crecimiento de la demanda de turismo rural, entre otros, la proliferación de los viajes de corta duración que no se concentran en las épocas de mayor estacionalidad, sino que se reparten a lo largo del año, y el crecimiento de un *turismo dorado* formado por personas de edad avanzada con tiempo libre, capacidad económica y salud física para los que el turismo rural es una actividad de ocio atractiva.

A modo de resumen, se pueden distinguir dos segmentos de población diferenciados, que por diversas razones han impulsando el desarrollo de las áreas rurales en los últimos años:

1. Por un lado, el turista tradicional ha cambiado sus hábitos y sus gustos hacia una tendencia que le incita a practicar turismo rural.

2. Por otro, se invierte el flujo de emigración. Durante los últimos años, las zonas rurales se han quedado despobladas, ya se ha comentado que la agricultura dejó de ser una actividad económica rentable, y los jóvenes empezaron a emigrar a las ciudades, donde un sector terciario comenzaba a ser el motor económico. Este hecho trajo consigo una pérdida de tradiciones de las zonas rurales. Pero las ciudades están masificadas, su ritmo de vida y de trabajo es trepidante y algunas personas que viven en ellas necesitan reencontrarse con formas de vida más tranquilas y tradicionales. Esto puede producir un flujo migratorio de las ciudades al campo, motivado por las oportunidades de empleo que ofrece el impulso de la oferta de servicios en el medio rural, y permitiendo, así, la recuperación de culturas locales. A partir de la crisis económica financiera de 2007 se observa un freno en la emigración del campo a las ciudades, e incluso la vuelta de los que emigraron en años anteriores. Como consecuencia de la crisis se han perdido muchos empleos en las ciudades, y mucha gente ha decidido probar suerte en las zonas rurales.



FIGURA 2. 8. Flujos migratorios en las áreas rurales.

Fuente. Elaboración propia

La oferta, también juega un papel importante en el desarrollo de este mercado, y si bien, esta debe responder a las motivaciones de los nuevos segmentos de demanda, “el turismo en el medio rural no surge como respuesta a una demanda, sino que surge como una ayuda para paliar la crisis del propio medio rural” (Crosby & Prato Barbosa, 2009, pág. 13) Las muestras de la crisis del mundo rural se resumen en los puntos siguientes:

- Densidad de población baja.
- Envejecimiento de la población.
- Desequilibrio de la estructura demográfica por el éxodo de jóvenes a los núcleos urbanos.
- Declive del empleo y de la actividad agrícola.
- Presión en cuanto a propiedad de la tierra en función de la proximidad del medio urbano, y amenazas de diverso grado al medio ambiente.
- Aumento del número de personas en situación precaria.
- Mayor aislamiento a causa de la desaparición de algunos servicios destinados a las empresas y a las personas.
- Pérdida de costumbres y tradiciones.

Son muchos los autores que consideran que el producto rural se ha desarrollado por el lado de la oferta, y gracias al impulso de los Programas de Desarrollo Rural de la Unión Europea (Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 68), y que no se puede entender la evolución de la oferta de turismo rural sin considerar los fondos europeos (Cánoves, Villarino, & Herresra, 2006, pág. 203), “pero también por una clara apuesta de las instituciones y agentes implicados que han visto en esta actividad un instrumento de desarrollo por su importante efecto multiplicador y su capacidad de contribuir al desarrollo sostenible de las zonas rurales” (Viñals Blanco, 2002, pág. 63). Como cualquier producto turístico, el turismo rural parte de una materia prima que son los recursos turísticos alrededor de los cuales se estructura una oferta de servicios básicos y complementarios, los servicios básicos de este tipo de turismo estarían representados por el alojamiento y la restauración, y los complementarios estarían formados por todas aquellas actividades y servicios que mejoran la calidad de la oferta, podríamos mencionar entre otros las información, la señalización, las empresas de turismo activo...

La oferta está compuesta, mayoritariamente, por pequeños propietarios que disponen de uno o varios alojamientos, con una dedicación parcial y una gestión que se ha ido profesionalizando progresivamente. Este modelo convive con alojamientos más estructurados en los que el empresario tiene una mayor dedicación y una gestión más profesional, y es capaz de articular una oferta turística más completa a través de la incorporación de actividades complementarias (Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 63). Actualmente la oferta de alojamientos de turismo rural supera ampliamente la demanda (Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 128).

Las ayudas europeas al desarrollo rural se han destinado a siete medidas de desarrollo, de ellas, la medida de desarrollo de turismo rural han contado con casi el 52% de los fondos aplicados en el programa LEADER I en la Región de Murcia. Las acciones llevadas a cabo han tenido como objetivo la puesta en valor de recursos turísticos y la creación y restauración de infraestructuras. Dentro de estas infraestructuras se ha potenciado especialmente la creación de alojamientos rurales^{27, 28} y su comercialización²⁹. Pero la creación de un destino turístico debe plantearse como un destino global del territorio que asocie los aspectos económicos, sociales y culturales (Andrés Sarasa, 2014, pág. 29), y la falta de

²⁷ La Ley 12/ 2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la región de Murcia define el alojamiento rural como “aquellos destinados a la prestación del servicio de hospedaje, con o sin servicios complementarios, en un inmueble situado en el entorno rural, de arquitectura tradicional o contemporánea” (Art. 32) (CARM, 2014). La ley actual elimina la exclusión explícita de los situados en el litoral y en lo cascos urbanos de los municipios costeros que aparecía en la anterior Ley 11/ 1997 de diciembre de turismo de la Región de Murcia (CARM, 1997) .

El Instituto Nacional de Estadística, por su parte, consideran, en general, alojamientos rurales, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma.

²⁸ El número de establecimientos de alojamiento rural en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha pasado de 25 en el año 1994 a 525 en el año 2013, según datos de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia

²⁹ La iniciativa LEADER I, colaboró en la creación de NORATUR una central de reservas en el Noroeste de la Región de Murcia, que ha contribuido muy positivamente a la comercialización de los alojamientos de esta zona.

planificación ha derivado en los cuatro problemas del mundo rural español que señalan Martín Gil y Martín Hernán (2014, pág. 223): 1. Incapacidad para articular un destino turístico diferenciado; 2. Ausencia de una estrategia de desarrollo turístico planificada que plantee objetivos compartidos y asumidos por el conjunto de los agentes, defina propuestas globales y coherentes de promoción y comercialización y promueva medidas para incorporar la conservación del patrimonio construido popular al planeamiento urbano; 3. Falta de estructuras de gestión operativas, activas y eficientes que fomenten el desarrollo turístico; y 4. La incapacidad de proyectar una imagen de marca territorial reconocida por el mercado. Todas estas limitaciones impiden la creación de un producto turístico estructurado que anime a la demanda y se ha traducido en un exceso de oferta.

Uno de los grandes debates a los que se enfrenta el sector es a un desarrollo desigual entre las diferentes Comunidades Autónomas del territorio nacional lo cual ha dado lugar a diferentes conceptualizaciones y tipologías de alojamientos rurales (Albacete Sáez, 2004, pág. 35) y ha creado un producto turístico rural muy poco unificado, con una imagen muy dispar en las distintas CCAA que dificulta su promoción y venta en mercados internacionales. Alvarado (2006, pág. 135) considera que estas críticas son defendidas por el empresariado que busca una peligrosa homogeneización que no se corresponde con la singularidad cultural que desea el turista y afirma que “frente a esta idea reduccionista, homogeneizadora y posiblemente incongruente, realizada también desde ciertos ámbitos empresariales, ha de valorarse la riqueza de la diversidad y la capacidad de acción de los diferentes ámbitos territoriales”.

La crisis económica financiera de 2007, que todavía no ha sido resuelta a la fecha de conclusión de este trabajo, puede suponer un cambio estructural a la hora de enfocar los Programas de Desarrollo Rural Sostenible, orientándose a una forma distinta de ver el desarrollo, en la que se dé prioridad a la planificación y al desarrollo del producto turístico, así como a la solidaridad, participación y colaboración entre todos los agentes implicados. Todo parece indicar que nos enfrentamos a un nuevo modelo de desarrollo.

3.3. IMPACTOS DEL TURISMO RURAL

3.3.1. Consideraciones generales

Se han publicado numerosos trabajos que señalan al turismo como elemento diversificador y dinamizador de la economía rural (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993), (Goulding, Horan, & Tozzi, 2014) basándose en su capacidad para complementar las rentas agrarias, contribuyendo, así, al desarrollo local. El objetivo de las políticas de desarrollo rural es eliminar los desequilibrios entre los distintos espacios rurales, “el desarrollo del medio rural se entiende en tres aspectos claves: igualar el nivel de vida de las zonas urbanas y rurales, favorecer la implantación de actividades productivas diversificadas potenciando el sector industrial y de servicios y frenar la despoblación y decadencia de los espacios rurales” (Cánovas, Villarino, & Herrera, 2006, pág. 201). La consecución de esos objetivos puede provocar a su vez impactos negativos, por ello es necesario remontarse al concepto de turismo sostenible.

El término desarrollo sostenible se acuñó por primera vez en el Informe Brundtland en el año 1987 dentro de los trabajos de la Comisión de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas en el que se definió como “aquél desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades”. Si bien, es un concepto tradicionalmente asociado al medioambiente, no se desprende así de la definición señalada sino que se sustenta en tres pilares: ambiental, económico y social. Así lo establece el primer principio básico de la Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (1995): “El desarrollo turístico debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Debe establecerse un equilibrio entre las tres dimensiones para garantizar el equilibrio a largo plazo

Por lo tanto, según la OMT, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

En la cumbre de Río de 1992 ya se había confirmado que los indicadores tradicionales de desarrollo económico no eran adecuados para medir el desarrollo sostenible de un territorio, sino que se requería de un enfoque integrado. El desarrollo de una sociedad no se mide por la cantidad de renta que produce, sino por su distribución y sus alcances sociales.

Los tres pilares de la sostenibilidad (medioambiental, social y económico) se ven ratificados en el año 2005 por el Declaración de los Principios Rectores del Desarrollo Sostenible de la Unión Europea en la que se establecen como objetivos claves la protección medioambiental, la cohesión e igualdad social, la prosperidad económica y el cumplimiento de las responsabilidades internacionales de la UE.

La actividad turística ha alcanzado una dimensión que influye objetivamente en la forma en que se desarrollan algunos territorios. En las áreas rurales se han diversificado las actividades económicas, y se le ha dado un papel preponderante a las relacionadas con el turismo. Este cambio de estructura económica tiene efectos sobre la población y su entorno, que en algunos casos se puede considerar que son positivos, pero que en otras ocasiones producen efectos no deseados. Esta idea la expresan muy claramente Archer, Cooper, & Ruhanen (2004, p. 79) cuando afirman que:

La actividad turística tiene impactos que no se pueden prever, pero es necesario un plan que minimice los efectos negativos, y acentúe los impactos positivos. Estos efectos se producen porque el turismo es un intercambio entre personas de distinta procedencia social y cultural y también se produce una redistribución del gasto que afecta al destino. En un principio se trabajó en los impactos económicos, no solo porque eran más fáciles de medir, sino

porque prevalecía un clima de optimismo que indicaba que el desarrollo turístico era bueno para la economía de los destinos, pero empezó a manifestarse que el desarrollo turístico podía tener consecuencias sociales y ecológicas.

La expansión de las aéreas de turismo rural está diseñada para alcanzar una o más de las siguientes metas (Hall & Jenkins, 1998, p. 28):

- Crear empleo, riqueza y desempleo.
- Contribuir al coste del suministro económico y las infraestructuras sociales.
 - Animar al desarrollo de otros sectores.
 - Contribuir a la comodidad y servicios de los residentes locales.
 - Ayudar a la conservación del medioambiente y los recursos culturales.

Pero todos esos efectos deseables se han visto, en ocasiones, frenados por el marco en el que se ha producido el desarrollo, vinculado a unas ayudas públicas que han distribuido una gran cantidad de dinero, pero que han limitado el efecto deseado. “La concepción de LEADER como instrumento de desarrollo rural, no debe ocultar aquella otra que lo concibe como un instrumento de poder político, social y económico, los diferentes grupos de actores intentan legitimar parte de sus políticas o actuaciones a través de la participación en LEADER” (Esparcia Pérez, Noguera Tur, & Pitarch Garrido, 2000, pág. 95).

Pero no se debes adoptar una postura derrotista, como en todas las actuaciones humanas se pueden encontrar aspectos positivos y negativos, el objetivo de este estudio es aislar esos efectos e identificar el sentido (positivo o negativo) de su impacto. Se parte, por tanto, de esa dualidad a la que alude Millán Escriche (2002, pág. 233) cuando afirma que “el turismo rural no es la panacea universal, ni aporta la solución definitiva a los problemas de marginación económica y social de muchas zonas rurales, pero sí que tiene una triple función: genera ingresos y empleos, promueve infraestructuras y sirve como vector de intercambios y sinergias entre el medio rural y urbano” .

3.3.2. Los impactos sociales del desarrollo del turismo rural

Cualquier hecho socioeconómico tiene un efecto sobre las poblaciones del entorno en el que se produce, pero la medida de estos efectos no siempre resulta sencilla, y ha dado lugar a la investigación de numerosas metodologías cualitativas y cuantitativas para su evaluación.

El compromiso de la Unión Europea a favor de un desarrollo sostenible tiene entre sus objetivos claves garantizar la cohesión e igualdad social: fomentar una sociedad democrática, socialmente incluyente, cohesionada, sana, segura y justa que respete los derechos fundamentales y la diversidad cultural, que ofrezca las mismas oportunidades para todos sus miembros y combata la discriminación en todas sus formas.

Los flujos turísticos producen efectos sociales sobre las comunidades locales. Estos efectos provienen tanto de las inversiones en infraestructuras y servicios creados en los destinos como del contacto del turista con el residente. En este último supuesto, Crosby y Moreda (1996, pág. 100) señalan que “Los impactos sociales del turismo son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes durante la estancia de estos últimos en el destino turístico, la intensidad y forma de dichos impactos variarán dependiendo del tipo de visitantes atraídos y de factores culturales y temporales”. Para minimizar los posibles impactos negativos de esas relaciones, el turismo sostenible debe “respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural” (Rivas García & Magadán Díaz, 2007, pág. 29), ya que la conversión de un destino en un artículo en respuesta a la demanda del mercado turístico es el mayor impacto sociocultural negativo asociado al turismo³⁰ (Weaver & Oppermann, 2000, p. 286)

El concepto de turismo sostenible se sustenta en dos principios, mantener el valor medioambiental, social y económico del destino, pero sin olvidar el disfrute

³⁰ La literatura anglosajona utiliza el término de “commodification” para denominar este fenómeno.

de la experiencia turística del visitante. El mantenimiento del medio rural no sólo es en beneficio de las comunidades locales sino de toda la sociedad y por extensión, de los turistas que lo visitan con la expectativa de disfrutarlo. El contacto entre residentes y visitantes se produce a dos niveles. Un primer nivel fuera del ámbito comercial que se daría por el simple hecho de compartir un mismo espacio físico, obtener experiencias complementarias y comunicarse, y un segundo nivel en el que se encontrarían los intercambios de bienes y servicios. El primer nivel sólo se desarrolla en actividades turísticas no masificadas que permiten un contacto más directo con las comunidades locales, como en el caso del turismo rural. Los efectos de esta relación pueden ser positivos o negativos para la sociedad receptora. A continuación se exponen los posibles efectos sociales del turismo rural expuestos por distintos autores, para posteriormente realizar un resumen de los mismos.

Montaner (2001, pág. 71 y 72) indica los siguientes efectos socioculturales del turismo sobre las sociedades receptoras:

Aculturación³¹ en cuanto a las relaciones entre los turistas y los trabajadores que pueden establecerse relaciones de servilismo, despego, avidez, y abuso o aprovechamiento. Modificación de la sociología rural y urbana, al recibir de forma regular corrientes turísticas masivas. Prejuicios y barreras sociales por incultura, intolerancia, indiferencia, xenofobia, espíritu de superioridad o inferioridad, racismo, analfabetismo, dificultad e impermeabilidad idiomática. Puede permitir la comunicación, comprensión y la paz hacia los mercados emisores, pero contrariamente puede ser objeto de ambientes cerrados que pueden repercutir negativamente en las relaciones turísticas futuras

Bote (pág. 100 y ss), siguiendo las aportaciones de la OMT distingue entre efectos positivos y negativos. Entre los efectos positivos destacan que el turismo rural puede mejorar la calidad de vida de la población local ya que puede aprovecharse de las infraestructuras y servicios (alumbrado, recogida de basura,

³¹ Montaner entiende por aculturación los cambios que se producen en las pautas y hábitos de la cultura de la sociedad receptora al estar expuesta a las pautas y hábitos de la sociedad emisora... (p.e. horarios, actividades de descanso, comidas, vestidos, trato humano, pautas sexuales...).

sucursales bancarias, centros de salud, reforzamiento de medidas de seguridad, etc...) creados para los visitantes. El turismo también contribuye a la rehabilitación y conservación del patrimonio contribuyendo a incrementar la conciencia histórica y cultural de las comunidades locales. La actividad turística suele acelerar los cambios sociales, fomentando la tolerancia y el bienestar, y permite una mayor movilidad social en sociedades altamente jerarquizadas y hace tomar conciencia a la población, a través del efecto demostrativo, de la legitimidad de ciertos derechos de los que quizá carece. Por último, el turismo puede ser un vehículo para el intercambio cultural entre las distintas colectividades que entran en interacción en el transcurso de la experiencia turística.

Entre los efectos negativos Crosby y Moreda (1996, pág. 100 y ss) destacan que la actividad turística puede fomentar la tensión social con la creación de guetos al margen de los residentes. Y el intercambio cultural antes mencionado puede convertirse en desculturización del destino, haciendo desaparecer la cultura más débil de la comunidad receptora frente a la cultura más fuerte del visitante. La desculturización puede tener lugar, asimismo, cuando se comercializa de forma extrema las tradiciones locales, despojándolas así de significado real y destruyendo el carácter de autenticidad que en un principio atrajo al visitante. Por último, ciertas formas de desarrollo turístico, como el turismo de masas, facilitan la difusión y la permanencia de imágenes estereotipadas, haciendo del intercambio cultural una utopía.

Crosby y Prato, (2009, pág. 17) también distinguen los efectos positivos de los negativos. Dentro de los positivos se englobaría: elevación de la calidad de vida de la comunidad local; estímulo del interés de la comunidad local por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico; rehabilitación y preservación de monumentos y lugares históricos; revitalización de folklore, artesanía, etc; mayor movilidad social en comunidades locales muy jerarquizadas e intercambio turistas / residentes. Entre los efectos negativos estarían: resentimiento hacia el turismo rural cuando se establecen “guetos” de lujo en lugares dominados por la pobreza; tensión social debido a creación de empleos con salarios superiores a la media; nuevas formas de “colonialismo” basada en dependencia de ingresos turísticos; aumento de actividades delictivas y desculturación del destino y difusión de imágenes estereotipadas

Alvarado (2006, pág. 162) considera que el turismo fortalece la autoestima de la sociedad rural y se constituye como un ejercicio de tolerancia y cohesión territorial “por lo que significa de reconocimiento y aceptación del otro, de lo diferente a la vez que se reconoce lo propio”.

Como se puede ver, la mayoría de los autores coinciden en el tipo de efectos sociales que se resumen en la *tabla 3.5*

TABLA 3. 5. Síntesis de los impactos sociales del turismo rural

EFFECTOS POSITIVOS

- Fomento de la comunicación, la comprensión, la paz y el respeto de las diferencias.
 - Implantación de infraestructuras y servicios como el alumbrado, la recogida de basura, sucursales bancarias, centros de salud, reforzamiento de las medidas de seguridad, que beneficien no solo al visitante, sino también al visitado.
 - Estimulación del interés de los residentes por la cultura propia y favorecimiento de la continuidad histórica y cultural de la comunidad contribuyendo a la rehabilitación y conservación del patrimonio histórico tangible e intangible: espacios arquitectónicos, costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc.
 - Aumento del sentimiento de autoestima e identidad.
 - Intercambio cultural.
 - Aceleración de los cambios sociales, en términos de mayor tolerancia y bienestar, permitiendo una mayor movilidad social en sociedades altamente jerarquizadas. La movilidad social puede hacer tomar conciencia de la legitimidad de ciertos derechos de los que carece.
-

EFECTOS NEGATIVOS

- Aculturación. Cambios en los hábitos culturales de la sociedad receptora: horarios, entretenimientos, comidas, vestidos, trato humano, pautas sexuales.
 - Desculturalización: desaparición de la cultura más débil de la comunidad receptora.
 - Comercialización extrema de las tradiciones locales despojándolas de su significado real y destruyendo el carácter de autenticidad que en un principio atrajo al visitante.
 - Servilismo por parte de la sociedad receptora, y aprovechamiento del visitante.
 - Modificación de los hábitos y estructura social al recibir corrientes masivas de turistas.
 - Aparición de barreras sociales por: incultura, intolerancia, indiferencia, xenofobia, espíritu de superioridad o inferioridad, racismo, analfabetismo, dificultad idiomática, etc.
 - Tensiones sociales debido a la creación de guetos.
 - Aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas.
 - Neocolonialismo. Predominio de la inversión extranjera y de la mano de obra inmigrante.
 - Difusión de imágenes estereotipadas, haciendo del intercambio cultural una utopía.
 - Resentimiento hacia el turismo
-

Fuente. Elaboración propia

3.3.3. Impactos económicos del desarrollo del turismo rural

El turismo es uno de los sectores económicos más activo de los últimos años, su aportación estimada al PIB y al empleo nacional fue en el año 2012 del 10,8% y del 12,2% respectivamente³², y su aportación al PIB de la Región de

³² Estimación de la Cuenta Satélite de Turismo serie 2008-2011 (INE, 2013)

Murcia se estima en un 7%³³. Es una actividad generadora de empleo e impulsora de inversiones económicas.

El desarrollo turístico de un territorio tiene entre sus objetivos fomentar una economía próspera, innovadora, rica en conocimientos, competitiva y respetuosa con el medio ambiente que garantice un alto nivel de vida con pleno empleo de alta calidad. “El turismo sostenible debe asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza” (Rivas García & Magadán Díaz, 2007, pág. 29). No es fácil delimitar el impacto económico del desarrollo turístico, su transversalidad hace que este sea difícil de acotar en el tiempo y en los diversos sectores económicos, “el turismo provoca una cascada de efectos económicos que empieza cuando el turista gasta dinero en los establecimientos turísticos como hoteles y restaurants, y se filtran al resto de la economía, este impacto se puede valorar en tres niveles: directo, indirecto e inducido” (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993, p. 130). El efecto directo es el desembolso que realiza el turista por los servicios turísticos menos la cantidad importada por el proveedor para satisfacer esos servicios. El efecto indirecto se produce porque el establecimiento necesita proveerse de otros sectores para ofrecer su servicio, y por otra parte, el turista no solo demanda servicios de empresas características del turismo, sino también de otros sectores. El gasto de los turistas no se destina sólo al alquiler de alojamientos, alimentación, transporte o entretenimientos, sino que se destina también al consumo de otros bienes o servicios, desde la compra de un medicamento al pago de una tarifa de telecomunicaciones. Por último, el efecto inducido está representado por el dinero revertido en forma de sueldos, rentas e intereses que se vuelve a inyectar en la economía por las personas que lo cobran (trabajadores, inversores...)

³³ Estimación recogida en el Plan Director de Turismo 2006 - 2012 de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El turismo supone la oportunidad de aumentar la renta del país / región en los que se desarrolla. La importancia de los ingresos turísticos para la economía de una región puede ser valorada a través de su contribución al PIB (sustrayendo del gasto turístico los bienes y servicios comprados por el sector turístico para servir a los visitantes), aunque esta medida representa tan sólo una mera orientación, al no poder explicar en toda su profundidad los impactos turísticos económicos. En efecto, para medir la aportación real del turismo al desarrollo económico no basta con calcular el gasto turístico, es necesario valorar los efectos de ese gasto a medida que se filtra en la economía local. En este sentido, Mathieson y Wall (1992, pág. 56) distinguen entre efectos primarios, secundarios y terciario.

Efectos primarios: Son los efectos directos más fácilmente medibles. Cuando el visitante llega al destino turístico debe realizar ciertos gastos en establecimientos o empresas turísticas de primera línea, es decir, hoteles, restaurante, taxis, etc., para pagar su alojamiento, comida y transporte. Se incluyen pues, en esta categoría, todos los flujos monetarios recibidos directamente del visitante por esos establecimientos turísticos.

Efectos secundarios: Ese dinero recibido por los establecimientos genuinamente turísticos va filtrándose progresivamente en la economía local, produciendo nuevos efectos:

- Efectos secundarios directos: gastos ocasionados por el marketing de la actividad turística en el exterior de las fronteras nacionales, las importaciones visibles necesarias para proveer a los establecimientos turísticos de primera línea, las comisiones abonadas a los agentes de viaje, intereses o dividendos entregados a los inversores, etc.

- Efectos secundarios indirectos: los ingresos obtenidos por los establecimientos de primera línea serán, a su vez, gastados en proveedores y servicios locales y así sucesivamente. “La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con la actividad turística, sino que también beneficia al resto de sectores de la economía a través del denominado efecto multiplicador” (Sancho Pérez, 1998, pág. 16)

- Efectos secundarios inducidos: durante las rondas previas de gastos directos e indirectos, parte de la renta obtenida irá a parar a las economías domésticas de la población residente, bajo la forma de salarios, dividendos e intereses. La proporción de trabajadores/ proveedores extranjeros influirá en la renta que permanecerá en la economía local y la que se filtrará fuera.

Efectos terciarios: son las rondas de gastos que no han sido directamente iniciadas por el gasto turístico pero que, de algún modo están relacionadas con el.

El turismo suele ser un motor de la actividad empresarial en una región, debido fundamentalmente a la interdependencia de los distintos sectores de la economía, en base a la cual el crecimiento de la actividad turística estimula el aumento de la demanda del resto de los bienes locales y del nivel económico de un destino en general.

El efecto del multiplicador turístico asume, basándose en esta interdependencia existente entre los diferentes sectores de la economía, que el volumen de demanda para el sector turístico influye en el volumen de demanda de otros sectores que suministran a este primer sector. Por tanto, cualquier variación en el gasto turístico acarreará un cambio en el nivel de producción, de renta, de empleo, etc., de la economía en su conjunto (Crosby & Moreda, 1996, pág. 94).

Algunos autores opinan que “los impactos del turismo en una economía receptora en general son positivos, pero también pueden conllevar efectos negativos” (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993, p. 146)

Los efectos económicos tienen dos dimensiones:

Macroeconómicos: hace referencia a las grandes magnitudes económicas como el Producto Interior Bruto (PIB), la inflación, los tipos de interés, los tipos de cambio, etc.

Microeconómicos: hace referencia a las magnitudes empresariales como la inversión, el empleo, la producción, etc.

La aportación de la OMT en este sentido, hace referencia a las dos dimensiones mencionadas, y establece tres tipos de efectos económicos del turismo:

1. Efecto sobre la estrategia de desarrollo turístico o efectos globales basados en: efectos globales sobre la economía nacional (financiación del déficit exterior, actividad motora...), y efectos sobre la dependencia exterior y sobre el nuevo orden económico internacional.

2. Efectos parciales sobre la economía nacional, es decir, sobre los agentes, los sectores, las variables y las macrodimensiones de la economía nacional basados en: efecto sobre la producción, efecto multiplicador sobre los otros sectores productivos en relación con el turismo, efectos sobre el empleo, efectos sobre la balanza de pagos, efectos sobre las tasas de cambio, efectos sobre la oferta monetaria y la rapidez de circulación monetaria, efecto sobre los ingresos públicos, efecto sobre los gastos públicos, efectos sobre la inflación, efectos sobre la especulación del suelo, efectos sobre la distribución de la renta, efectos sobre el desarrollo regional, efectos sobre el medio rural, y efectos sobre el movimiento demográfico.

3. Efectos externos que, en el terreno sociocultural, en el terreno físico y en el terreno de los recursos humanos, están más próximos a los efectos económicos tomados en el estricto sentido de la palabra. Estos se basan: efectos sobre el medio ambiente, efectos sobre la formación profesional, efectos sobre los hábitos de consumo, y efectos sobre los cambios sociales y culturales.

A efectos de esta tesis se trata de aislar aquellos aspectos macroeconómicos y microeconómicos que sean relevantes para la medición del desarrollo rural. Parece obvio que el desarrollo rural no va a afectar de forma significativa a las macromagnitudes económicas como lo tipos de cambio, la inflación o a los tipos de interés, además cada país (o región) utiliza distintas metodologías de recolección de datos macroeconómicos para intentar medir las mismas categorías ocasionando que haya muy poca uniformidad en los registros y dificultando la comparación del papel del turismo en las economías de los distintos países (o regiones) (Holden, 2006, p. 100). Para paliar esta heterogeneidad de registros, la OMT ha hecho un esfuerzo proponiendo la

metodología de la *cuenta satélite*³⁴ y comprometiendo a sus miembros a aplicarla en sus territorios.

Es necesario adaptar los efectos económicos del desarrollo turístico definidos de forma teórica para grandes áreas territoriales, a espacios más reducidos y cerrados como el caso del medio rural que nos ocupa en esta tesis. La clasificación de Vogeler y Hernández (2000, pág. 102 y ss) parece más acorde con estos objetivos cuando señala los siguientes efectos económicos del desarrollo turístico: desarrollo del propio sector motivado por el consumo de los turistas, desarrollo de otros sectores como consecuencia del efecto multiplicador, redistribución de la renta, incremento del consumo y modificación de su estructura, generación de inflación, efectos sobre las importaciones y las exportaciones, efecto sobre la inversión (no sólo por los particulares, sino también por el Estado), efectos sobre el empleo (directo e indirecto), efectos sobre la balanza de pagos, y generación de rentas fiscales.

El turismo es un sector intensivo en factor humano, y en el que no resulta fácil que este sea sustituido por los avances tecnológicos, es por ello que la OMT considera que “la contribución del turismo a la generación de empleo es una de las principales cuestiones relativa a la importancia social y económica del turismo. Aunque es difícil hacer afirmaciones exactas sobre el volumen y el impacto en la economía” (Sancho Pérez, 1998, pág. 87).

Pese a que el turismo se reconoce como un potente motor económico para el desarrollo de cualquier sociedad, sus trabajadores no reciben la consideración que tal posición merece, así, encontramos un mercado laboral caracterizado por la temporalidad y los bajos salarios, que tienden a ser menores que en otros sectores.

³⁴ La Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE), es un sistema de información económica relacionado con el turismo, diseñado como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, que permite medir el impacto del Turismo sobre la economía nacional. La CSTE es elaborada por la Subdirección General de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE).

La primera aproximación a la CSTE fue presentada oficialmente en junio de 2002 por el INE, el Banco de España y la entonces Secretaría General de Turismo (Instituto de Estudios Turísticos). Hasta ahora se han publicado las series contables desde 1995 a 2003 con base año 1995, la serie contable 2000-2009 con base año 2000 y la serie contable 2008-2012 con base 2011. (Instituto de Turismo de España)

A esto se suma su característica intrínseca de estacionalidad por lo que aunque el turismo es un generador de oportunidades de empleo directo, la naturaleza de ese empleo no siempre contribuye al crecimiento económico del destino (Weaver & Oppermann, 2000, p. 272).

Crosby y Prato (2009, págs. 58-61) distingue los efectos positivos de los negativos. Dentro de los positivos se englobaría: generación de rentas, creación de empleo, mejora de la distribución de la renta, mayor control sobre los precios, gran potencial para atraer inversiones, diversificación de la economía, establecimiento de infraestructuras, aportación rápida de divisas que equilibran la balanza de pagos y sustitución de exportaciones tradicionales. Los aspectos negativos serían: incompatibilidad con otras actividades, inflación, especulación, carácter estacional de los trabajos, distorsiones en la economía local y excesiva dependencia de la actividad turística.

Crosby, A. y Moreda, P. (1996, págs. 98-99), añaden el concepto de coste de oportunidad, aduciendo que los recursos naturales, sociales y culturales son limitados, por lo que si la asignación no es óptima, se está perdiendo la oportunidad de asignarlos a otros usos alternativos. También señalan el riesgo que conlleva una excesiva dependencia de un sector tan estacional y sensible a los cambios de la demanda frente a precios, modas o variaciones del nivel de vida.

La naturaleza del efecto económico varía en función de las características y dimensiones del territorio que se desarrolle, así, no se puede hablar de las mismas consecuencias ni metodologías de estudio cuando se hace referencia a un territorio amplio con vocación internacional que cuando se hace a una pequeña área orientada a un mercado local.

La estrategia artesanal de conservación y desarrollo de recursos turísticos persigue optimizar los efectos directos e indirectos del turismo en la economía y sociedad rural. Sus características específicas estimulan que los beneficios económicos y socioculturales generados por el turismo reviertan en el espacio rural, de forma comparativamente más importante que una estrategia de desarrollo turístico dependiente y de gran escala. Por ello, el desarrollo del turismo constituye un objetivo importante con el fin de estabilizar y crear empleo, así como reducir la dependencia derivada de la

especialización en pocos productos agropecuarios y conseguir una mayor diversificación y revitalización de la economía local (Bote Gómez V. , 2001, pág. 125 y 126).

No siempre se consigue todo el resultado esperado de revertir los esfuerzos en beneficio de las comunidades residentes, “en muchos casos, los promotores de alojamientos rurales son propietarios de edificaciones que no residen en la zona en la que operan, por lo que su vinculación e implicación con el destino no es tan directa. Este factor no se considera suficientemente a la hora de ofrecer las ayudas al sector, con lo que la población local puede en muchos casos no resultar suficientemente beneficiaria de las mismas” (Picazo Córdoba, Falcó Martínez, & Sánchez Fernández, 2010, pág. 64).

TABLA 3. 6. Síntesis de los impactos económicos del turismo rural

EFFECTOS POSITIVOS

- Efecto sobre la producción. Efecto multiplicador sobre los otros sectores productivos en relación con el turismo.
 - Variación de la renta fiscal (ingresos y gastos públicos).
 - Incremento y cambios en la estructura del empleo directo e indirecto.
 - Variaciones de nivel de renta y distribución de la misma.
 - Efectos sobre el desarrollo regional.
 - Modificación de la estructura de consumo.
 - Inversiones.
 - Diversificación de las actividades.
-

EFFECTOS NEGATIVOS

- Efectos sobre la especulación del suelo.
- Inflación.
- Dependencia del turismo.
- Coste de oportunidad.

Fuente. Elaboración propia

3.3.4. Impactos ambientales del desarrollo del turismo rural

El turismo, al igual que ocurre con otras muchas actividades humanas, mantiene una estrecha relación de dependencia con el medio ambiente, puesto que obtiene de él una serie de recursos básicos sin los cuales no podría desarrollarse. Para Viñals Blanco (2002, pág. 9) la sostenibilidad medioambiental implica respetar la tasa de renovación de los recursos naturales, minimizar el ritmo de utilización y favorecer la reutilización de los no renovables, respetar la capacidad de acogida y de carga de los ecosistemas, así como su capacidad para asimilar los contaminantes generados.

El turismo puede ser el estímulo necesario para la implementación de medidas de mejora y conservación ambientales.

Por lo que respecta a las consecuencias negativas en el medio ambiente de un destino turístico, existen cuatro grandes presiones ejercidas por el turismo:

Cambios que provocan una transformación irreversible en el entorno, como un desarrollo urbano excesivo no integrado en el paisaje.

Generación de desechos que resultan en problemas de depuración de aguas residuales, recogida de basuras, creación de vertederos incontrolados, etc.

Erosión y degradación del entorno a causa de la actividad turística en las playas, los senderos, etc.

Efecto sobre la dinámica de la población, ya que muchas áreas en las que se han creado cinturones urbanos caóticos quedan desocupadas la mayor parte del año, debido a la acusada estacionalidad de la demanda turística, ocasionando grandes diferencias en las densidades de población.

Regresión del espacio rural (Crosby & Moreda, 1996, pág. 105 y 106)

Al igual que ocurre con los efectos sociales y económicos, los impactos ambientales del turismo pueden clasificarse entre positivos y negativos. Los efectos positivos serían la rentabilización de recursos naturales, el estímulo para la conservación y mejora del entorno, la creación de áreas naturales protegidas, y la preservación de lugares con interés intrínseco y la introducción de medidas de

planificación y gestión. Así mismo, los negativos serían la degradación del entorno, el desarrollo urbano no integrado en el paisaje, la congestión tráfico-ruido, y la rivalidad por la utilización de recursos y suelos (Crosby & Prato Barbosa, 2009, págs. 61-62).

Viñals Blasco, M. J. (2002, pág. 9 y 10) considera que para abordar el estudio de las relaciones entre el turismo y el medio ambiente, es necesario desglosar la actividad turística en tres fases fundamentales: la del transporte, la de la estancia, y la del turismo activo.

TABLA 3. 7. Resumen de las implicaciones ambientales del turismo clasificadas por fases

FASE DE TRANSPORTE	
IMPACTO DE LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE	
CARRETERAS	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación acústica. • Destrucción de suelos. • Impermeabilización. • Alteración del régimen hidrológico. • Efecto paisajístico. • Efecto sobre la biodiversidad (genera barreras para el movimiento y dispersión de muchas especies).
AEROPUERTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Amplia superficie necesaria. • Gran actividad que genera alrededor. • Contaminación acústica.
PUERTOS DEPORTIVOS	
LÍNEAS FERROCARRIL	DE <ul style="list-style-type: none"> • Bajo consumo energético. • Baja contaminación acústica. • Bajo impacto paisajístico. • Menor ocupación del suelo. • Menor efecto barrera.
LÍNEAS ELÉCTRICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto paisajístico. • Contaminación Electromagnética. • Mortalidad de aves.
ANTENAS TELÉFONO MÓVIL	DE <ul style="list-style-type: none"> • Similar al anterior.

IMPACTO DE LAS EMISIONES PRODUCIDAS POR MOVILIDAD

- Utilización de recursos no renovables.
 - Emisiones atmosféricas.
-

FASE DE ESTANCIA

DEGRADACIÓN
PAISAJÍSTICA POR
INFRAESTRUCTURAS
RESIDENCIALES Y
DEPORTIVAS

CONTAMINACIÓN
ACÚSTICA

- Aumento de población.
- Tráfico.
- Actividades de ocio.

RECURSOS HÍDRICOS

- El agua se ha convertido en un recurso no renovable.
- Generación de aguas residuales.

GENERACIÓN DE
RESIDUOS

FASE DE IMPACTOS AMBIENTALES DEL TURISMO ACTIVO

IMPACTOS SOBRE EL
SUELO

- Compactación del terreno³⁵.
- Erosión del suelo.

IMPACTO SOBRE LOS
RECURSOS HÍDRICOS.

- Alteración de la vegetación acuática y de ribera.
- Contaminación química.
- Eutrofia.

IMPACTOS SOBRE LA
VEGETACIÓN

- Destrucción directa de la vegetación.
- Cambios en las especies vegetales.
- destrucción de las especies sensibles.
- Erosión.

³⁵ Un senderista de unos 75 kg ejerce una presión sobre el suelo de 0,82 kg/cm² y un caballo con jinete, 2,8 kg/cm² (OMT, 1999) La reordenación y compresión de las partículas sólidas impedirá la adecuada penetración de las raíces en el terreno y, por tanto, su regeneración. También provocará la reducción de velocidad de infiltración del agua, con el consiguiente aumento de la escorrentía superficial y de la erosión.... Finalmente, la reducción de aire en el suelo traerá consigo una disminución en la difusión de oxígeno requerido para la respiración de hongos, bacterias, animales y plantas, llevando a una reducción drástica de los procesos vitales del suelo.

**INCENDIOS
FORESTALES**

IMPACTOS SOBRE LA FAUNA

- Perturbación puntual.
- Mortandad directa (caza y pesca).

La OMT también establece una clasificación que distingue entre impactos positivos y negativos. Entre los impactos negativos menciona el desarrollo urbanístico no integrado en el paisaje, el tratamiento de residuos, la congestión del tráfico, la contaminación acústica, la polución del área, erosión del hábitat natural, la distribución de los recursos hídricos, la proliferación de incendios y la desertización. Pero también existen impactos positivos, como son la proliferación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental (Sancho Pérez, 1998, pág. 246 y ss).

TABLA 3. 8. Síntesis de los impactos medioambientales del turismo rural

EFECTOS POSITIVOS

- Aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental
 - Concienciación social sobre el medioambiente y formación
-

EFECTOS NEGATIVOS

- Transformación irreversible en el entorno, como un desarrollo urbano excesivo no integrado en el paisaje.
 - Generación de desechos que resultan en problemas de depuración de aguas residuales, recogida de basuras, creación de vertederos incontrolados, etc.
 - Erosión y degradación del entorno
 - Regresión del espacio rural
 - Impactos ambientales de las infraestructuras
 - Impacto sobre los recursos escasos, sobre el suelo, sobre la vegetación, sobre la fauna, y sobre el paisaje
-

Fuente. Elaboración propia

4. INDICADORES PARA MEDIR EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS RURALES

4.1. LOS INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

4.1.1. Contextualización del concepto de indicador

Para evaluar los efectos socioeconómicos del desarrollo turístico es necesario establecer indicadores de medida. Las administraciones públicas han apostado fuerte por las políticas de desarrollo rural, y para su puesta en marcha han movilizado una gran cantidad de recursos materiales y humanos. Los elevados esfuerzos invertidos, y la amplia repercusión esperada han movido a los expertos a desarrollar diversos sistemas de medición del impacto de dichas políticas. Para gestionar un territorio de acuerdo a los principios de desarrollo sostenible, es necesario contar con indicadores que nos permitan medir dicha sostenibilidad y esta no es una tarea sencilla. Sánchez Rivero y Pulido Fernández (2008, pág. 13) señalan tres razones que dificultan la cuantificación de la sostenibilidad turística:

- La sostenibilidad es un concepto abstracto que no se puede observar mediante indicadores directos.
- Tiene un carácter multivariable, ya que está relacionado con varios aspectos. La dificultad es mayor si se tiene en cuenta que las distintas variables utilizan unidades de medida distintas.
- Es una medida relativa ya que, dependiendo de la unidad de análisis que se tome como referencia, las unidades analizadas pueden ser más o menos sostenibles.

La OMT afirma que “el logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos para introducir las medidas preventivas o correctivas que se consideren necesarias”³⁶.

³⁶ <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion> Consultada el 04 de agosto de 2013

El sector turístico tiene el reto de establecer los mecanismos válidos para medir el impacto económico y social del desarrollo turístico. Las herramientas tradicionales de medición no tienen en cuenta el carácter multidisciplinar del sector ni su fuerte efecto multiplicador³⁷. Este problema se agrava si se desciende al subsector del turismo rural, en el que existen muy pocos datos que permitan una medición eficaz.

Los indicadores son una serie de medidas o valores, obtenidos a través de diversos métodos y en distintos momentos, que toman variables que son útiles y significativas para la toma de decisiones de planificación y gestión del turismo, y permiten evaluar los tres tipos de impactos estudiados en el capítulo anterior: medioambientales, sociales y económicos.

Desde el comienzo de la iniciativa LEADER ha habido mucho interés en evaluar sus resultados con el fin de valorar la idoneidad del destino de fondos públicos a los objetivos previstos. La Unión Europea ha publicado numerosos documentos al respecto. En 1999 se publicó las *Directrices para la evaluación ex post de la iniciativa comunitaria LEADER II*, en el año 2000 apareció el documento de trabajo *Indicadores de seguimiento y evaluación: orientaciones metodológicas*, y en el año 2002 se presentó la *guía de evaluación de los programas LEADER+*. Todos ellos son documentos más orientados a definir las variables a medir y a establecer indicadores que al desarrollo de una metodología de evaluación. No basta con definir un indicador; hay que establecer una metodología que permita recoger la información que lo nutre, hay que establecer criterios de interpretación, y se debe evaluar su viabilidad y su adecuación al destino turístico concreto. La Unión Europea tiene un objetivo muy claro, que es tratar de evaluar que el destino de sus fondos ha sido el previsto y ha sido adecuado, por ello utiliza indicadores de resultado en los que mide la eficacia y la eficiencia de los programas. Esta investigación, si bien ha tomado como punto de partida los programas europeos de desarrollo rural, lo ha hecho sólo porque marcaron el momento de despegue del turismo rural, pero el objetivo es demostrar como el desarrollo del turismo

³⁷ El efecto multiplicador del turismo hace referencia a que su desarrollo no sólo afecta a las empresas tradicionalmente englobadas en el sector turístico, sino que afecta tangencialmente a otros sectores

rural está relacionado con el comportamiento de los agentes locales, y la idiosincrasia del territorio independientemente de donde procedan los fondos invertidos.

La literatura académica también está llena de autores que han señalado la importancia de contar con indicadores de medición de las políticas de desarrollo turístico. Ko (2005, pág. 432), dice que “Si el desarrollo sostenible es uno de los objetivos actuales más importantes de la industria del turismo, entonces la industria necesita poder medir su rendimiento e impactos en esta área”, y en la misma línea se manifiesta Hall (2008, p. 129), cuando afirma que “un efectivo indicador o sistema de indicadores ayuda a naciones, regiones, comunidades y organizaciones a determinar donde están, donde van y como de lejos están de las metas marcadas”. Larrubia Vargas y Navarro Rodríguez (2011, pág. 63) no sólo abogan por la importancia de esos indicadores en el turismo rural, sino, que además se lamentan de la inexistencia de los mismos:

Una de sus principales debilidades es, paradójicamente, la escasez de estudios que pongan en evidencia los aportes que el turismo rural está generando en el desarrollo rural. Habría que valorar hasta qué punto ha propiciado la diversificación productiva, la generación de recursos económicos directos, el mantenimiento de propiedades y la mejora de infraestructuras, además de mejorar las condiciones de vida de las familias directamente implicadas en la actividad, o el progreso y fortalecimiento de otras actividades productivas.

Las evaluaciones que hasta ahora han realizado las administraciones competentes de los PDRS no consideran los impactos que los programas tienen en el territorio, sino que se limitan a valorar la gestión del los GALs (Navarro Valverde, Cejudo García, & Maroto Martos, 2012, pág. 349)

4.1.2. Revisión bibliográfica de la identificación de indicadores de desarrollo turístico sostenible

Tradicionalmente los indicadores de turismo sostenible se han basado en indicadores cuantitativos para medir la consecución de programas de desarrollo rural. Algunos han tenido como objetivo evaluar la eficiencia, es decir el grado en

que se optimiza la utilización de recursos para la obtención de resultados previstos. Pero otros, han ido un poco más allá, y han tratado de cuestionar la pertinencia de los objetivos establecidos en el sentido de ser adecuados a las necesidades y prioridades locales. El objetivo final de todo programa de desarrollo debería ser evitar el abandono de las zonas rurales, asegurar la conservación de su patrimonio cultural, y mejorar la calidad de vida de sus residentes, y en este sentido deben estar orientados los indicadores de desarrollo turístico. Una de las áreas en las que se debe mejorar la investigación en planificación y política turística es la valoración de los impactos del marketing turístico y el desarrollo (Smith, 1995, pp. 18-19). La aplicación de sistemas de indicadores en el sector turístico es reciente, y los estudios realizados no son más que intentos de encontrar el modelo más adecuado, sin que exista aún un mínimo consenso entre los investigadores.

Un sistema de indicadores sirve para asistir a un proceso de gestión eficiente. El desarrollo de un proyecto implica el cumplimiento de cuatro fases: planificación, organización, ejecución y control.

La fase de control debe evaluar si la ejecución se ha desarrollado en función de lo planificado, para ello es necesario:

1. Seleccionar unos estándares iniciales o resultados previstos a través de unos indicadores previamente establecidos.
2. Establecer un mecanismo de seguimiento, recogida y registro de información.
3. Diseñar un mecanismo de tratamiento de la información.
4. Comparar los resultados reales con los estándares previamente establecidos.
5. Interpretar las desviaciones.
6. Incorporar de las reflexiones del punto 5 en la elaboración de la planificación de la siguiente fase.

Es un proceso continuo de retroalimentación que, si se hace correctamente, permite mejorar sucesivamente el establecimiento y consecución de unos objetivos óptimos.

Es clave elegir los indicadores adecuados para iniciar todo el proceso, pero esta elección, a veces, no es fácil. Los indicadores deben ser adecuados en contenido, tiempo y forma. En contenido porque deben responder exactamente a la pregunta de ¿qué queremos evaluar?, en tiempo porque deben disponerse de ellos en el momento en que sean requeridos para la toma de decisiones, y en forma porque deben ser lo suficientemente explícitos para dar una información relevante, pero lo suficientemente sintéticos como para ser útiles al tomador de decisiones. La recopilación y tratamiento de la información que alimenta los indicadores cuesta tiempo y dinero, y a veces no existen las fuentes que la suministren. Por tanto la definición de un sistema debe tener en cuenta estas limitaciones, debe ser lo suficientemente extenso como para dar una información relevante y puntual pero lo suficientemente simple y concreto como para evitar los elevados costes de tiempo y dinero que suponga la obtención de una información no esencial.

No sólo en el ámbito académico, también desde la administración pública se han hecho esfuerzos por establecer cuáles son esos indicadores que permitirían medir el impacto del desarrollo turístico. La Ley 45/ 2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural persigue la mejora de la situación económica de la población de las zonas rurales y el acceso a unos servicios públicos suficientes y de calidad. La ley pretende contribuir a que los ciudadanos que habitan en municipios rurales puedan dar un nuevo salto cualitativo en su nivel de desarrollo, y a que el inmenso territorio rural y una buena parte de la población del país puedan obtener las mejoras suficientes y duraderas que necesitan. Persigue promover acciones públicas e incentivar iniciativas privadas de desarrollo rural para el logro simultáneo de objetivos económicos, sociales y medioambientales. El artículo 20 de esta ley establece las medidas que tendrán como objeto la intensificación de la diversificación económica, una de estas medidas hace referencia al fomento del turismo rural, en particular a través de una adecuada ordenación de la oferta y la mejora de la demanda turística, con una atención preferente al fomento del turismo sostenible en las zonas rurales prioritarias, y al agroturismo o turismo ligado a la actividad agraria. En su capítulo IV fija los instrumentos para el seguimiento y evaluación del programa. El artículo 14 establece que reglamentariamente se establecerán las formas de

seguimiento del cumplimiento y evaluación del Programa de Desarrollo Rural Sostenible.

El 11 de junio de 2010 se publicó el Real Decreto 752/ 2010, de 4 de junio, por el que se aprueba el primer programa nacional de desarrollo rural sostenible para el periodo 2010-2014, en aplicación de la Ley 45/ 2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. El programa se articula en 5 ejes. El eje 1 “Actividad económica y empleo” tiene como objetivo fomentar una actividad económica continuada y diversificada en el medio rural, manteniendo un sector agrícola y agroalimentario, ganadero, forestal y derivado de la pesca e impulsando la creación y el mantenimiento del empleo y renta en otros sectores preferentemente en las zonas rurales consideradas prioritarias. Dentro de las medidas específicas de este eje se establecen siete directamente relacionadas con el sector turístico:

1. Planes de competitividad turística.
2. Club de producto turístico en espacios naturales.
3. Fortalecimiento y extensión en destinos del sistema integral de calidad turística en destinos (SICTED) y productos Turespaña.
4. Apoyo a la modernización de infraestructuras en destinos turísticos maduros.
5. Promoción del turismo rural.
6. Dotación y mejora de infraestructuras, equipamientos y activos para el turismo rural.
7. Ayudas a empresas turísticas en el medio rural.

La mayoría del resto de las medidas, de este y del resto de los ejes, tienen una relación tangencial con el turismo rural. En el capítulo 8 del programa se establecen algunas pautas de seguimiento y evaluación. Se presenta un esquema de indicadores de seguimiento que permitan verificar la incidencia de las actuaciones en la mejora de situación del medio rural, bajo un enfoque de sostenibilidad. Se establecen indicadores de seguimiento con el fin de poder evaluar el grado de adopción de cada Comunidad Autónoma de las claves o principios de estrategia de desarrollo rural adoptada por el PDRS en el proceso de elaboración de los Planes de Zona, pero para el objetivo de este trabajo es más importante el hecho de que el PDRS defina para cada una de las medidas,

indicadores de impacto económico, social y ambiental. Utiliza dos sistemas de indicadores. El primer sistema de indicadores de impacto está basado en los efectos previsibles o constatados de las actuaciones sobre los ámbitos que constituyen los cuatro ejes operativos. El segundo es un sistema de indicadores de estado que permita constatar la evolución de una zona en el tiempo, la comparación de los indicadores de estado en distintos años permite medir la tendencia experimentada en la zona. Todo lo anteriormente expuesto denota un interés en medir unas actuaciones de desarrollo que han supuesto la inversión de una gran cantidad de fondos, en las que se ha involucrado un extenso territorio y en las que se han puesto muchas expectativas al considerarse una herramienta estratégica clave para la reconversión y conservación de las zonas rurales.

Muchos de los indicadores expuestos, no sólo miden el resultado del efecto del desarrollo rural sino que valoran también el proceso de desarrollo del producto rural, esto es debido a que estos sistemas se diseñaron en un momento en el que este era sólo un proyecto y por tanto se debía valorar su implantación. Dado que en la actualidad lo podemos considerar un tipo de turismo establecido, aunque no esté estructurado, en este trabajo no se va a valorar su desarrollo, sino el efecto del desarrollo rural sobre el destino tras un periodo en el que ya se han producido suficientes cambios, y es suficientemente amplio para medir sus efectos. Se va a hacer tomando como base los tres pilares de la sostenibilidad: social, económico y medioambiental.

Bajo el marco del Programa de Desarrollo Social Sostenible se ha elaborado el Plan Nacional de Desarrollo Rural (PNDR) 2007-2013³⁸ que contribuye a los objetivos del Consejo Europeo de Lisboa de 2000 que fijó como objetivo estratégico para el 2010 que la Unión Europea se convirtiese “en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de

³⁸El Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013 se elaboró en cumplimiento del artículo 11 del Reglamento (CE) 1698/ 2005 sobre la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) e incluye elementos comunes de aplicación a cada uno de los 17 programas regionales (uno por cada Comunidad Autónoma). El documento es elaborado por la Secretaría de Estado de Medio Rural y Agua del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Última actualización mayo 2012.

crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejores empleos y con mayor cohesión social.” Las actuaciones se han diseñado, entre otros, con el fin de frenar el grave proceso de despoblamiento que sufren las zonas rurales y se han incluido estrategias de diversificación económica de las zonas rurales a través de la detección de necesidades de la población local, potenciando el enfoque ascendente de la metodología LEADER. En este documento nacional se establecen 4 ejes. El eje 3 hace referencia a la calidad de vida y diversificación en las zonas rurales. El PNDR muestra el interés de la administración pública por establecer indicadores cuantificables al poner de manifiesto la relación entre los objetivos principales y los indicadores de ejecución, resultado e impacto socioeconómico y ambiental que establece. Los indicadores de impacto socioeconómico que baraja son: crecimiento económico (valor añadido adicional neto), creación de empleo (número de puestos de trabajo adicionales a tiempo completo en términos netos), y productividad del trabajo (cambio en el VAB por trabajador a tiempo completo). A continuación se aclara la terminología empleada en este párrafo.

- **Indicadores de ejecución.** Hace referencia al cumplimiento de las actividades presupuestadas. Se miden en unidades materiales y económicas (p.e. kilómetros de carretera construidos). Plasman los objetivos operativos.

- **Indicadores de resultados**³⁹. Hacen referencia a los efectos directos e inmediatos producidos por el programa. Pueden ser de índole material o financiero (p.e. reducción de los costes de transporte). Plasman los objetivos específicos.

- **Indicadores de impacto.** Los resultados pueden expresarse en términos de su impacto en la consecución de los objetivos generales o específicos del programa y constituyen la base general para evaluar el éxito o el fracaso. “Se refieren a las ventajas del programa más allá de los efectos inmediatos de su beneficiario directo” (MAGRAMA, 2006, pág. 8). Suelen ser a largo plazo, y su evaluación es compleja y suele ser difícil de establecer relaciones causales. Plasman los objetivos globales. Los indicadores de impacto permiten un

³⁹ Sánchez Rivero, M. y Pulido Fernández, J.I. (2008, pág. 63) los denominan indicadores de seguimiento, y a los indicadores de impacto les llaman indicadores de evaluación.

sistema de retroalimentación, de tal manera, que el resultado de los mismos ayuda a redefinir los objetivos del programa.

En la *figura 4.1* se muestra un esquema de los indicadores propuestos por el PNDR.



FIGURA 4. 1. Indicadores del Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013

Fuente. Elaboración propia a partir del PENDR

A fecha de este trabajo se han realizado dos informes de seguimiento estratégico, uno en el año 2010 (MAGRAMA, 2010) y otro en el 2012 (MAGRAMA, 2012), donde sólo se han evaluado los indicadores de ejecución y resultado. Los indicadores de impacto se evaluarán a final del programa.

Este interés de las administraciones públicas por la medición de impactos ya se puso de manifiesto con la iniciativa LEADER, el observatorio LEADER clasifica sus objetivos evaluables en dos: los impactos generales comunes a otros programas, y los impactos específicos, estos últimos los aplica a cuatro niveles: grupo local, regional, nacional, y europeo. Divide los resultados en base a las siete especificidades del programa: enfoque territorial, enfoque ascendente, grupo local, carácter innovador de las acciones, vínculos entre las acciones, incorporación en la red y cooperación transnacional y la modalidad de gestión y financiación. Establece una serie de resultados previstos y unos beneficios socioeconómicos en cada una de las especificidades. Los resultados previstos evalúan la eficiencia de la metodología del programa y los beneficios socioeconómicos están relacionados con el beneficio de la sociedad. La metodología y los objetivos de la información dependen del nivel al que se esté evaluando (grupo local, regional, nacional o europeo). A nivel regional/ nacional se establece como objetivo evaluar la “repercusión de la iniciativa”, y propone los

siguientes métodos de recogida de información: evaluación interna de los resultados / impactos, evaluación externa de los datos recibidos a nivel local, incorporación y comparación de estos datos por medio de tipologías pertinentes (territorio, cooperación, sectoriales), y encuestas ad hoc. En la *tabla 4.2* se muestra un esquema de los indicadores propuestos por el observatorio LEADER

Especificidades del programa	Resultados	Niveles
Enfoque ascendente	Resultados previstos: colectivos que han participado en la elaboración de los planes de desarrollo Bº sociedad: adecuación de los resultados a las necesidades locales	
Grupo local	Resultados previstos Bº sociedad	
Carácter innovador de las acciones	Resultados previstos Bº sociedad	Local Regional Nacional Europeo
Carácter innovador de las acciones	Resultados previstos Bº sociedad	
Vínculo de las acciones	Resultados previstos Bº sociedad	
Incorporación a la red y cooperación transnacional	Resultados previstos Bº sociedad	
Medidas de gestión y financiación	Resultados previstos Bº sociedad	

FIGURA 4. 2. Esquema del sistema de indicadores del Observatorio LEADER. Ejemplo en la especificidad “enfoque ascendente”

Fuente. Elaboración propia

Por ejemplo, en la especificidad del enfoque ascendente se trata de evaluar si se han percibido los problemas y necesidades locales, y si los resultados se adecuan a estas necesidades. Esto es posible desarrollando valores como la democracia, la participación, la cooperación, la tolerancia, el consenso, la resolución de conflictos, el vínculo entre sectores y grupos, la integración, la justicia y la implicación.

En el año 2000, la Comisión Europea elaboró el documento de trabajo *Indicadores de seguimiento y evaluación: orientaciones metodológicas* en él se indica que “la cuestión de los indicadores es especialmente pertinente. Los indicadores

ponen de manifiesto una serie de problemas de tipo práctico, tales como la coherencia de las definiciones utilizadas y la cuantificación de los objetivos de los programas” (Unión Europea, 2000, pág. 3). Este documento define varios conceptos que son la base para la elaboración de un sistema de indicadores:

- Medios y recursos de índole financiera, humana, técnica y organizativa
- Realizaciones físicas que reflejan el progreso de ejecución de la medida (kilómetros de carretera, número de puestos de formación ofertados...).
- Resultado: efectos inmediatos sobre los beneficios directos de las acciones financiadas (p.e. Reducción del tiempo de transporte o de los costes de transporte...).

El objetivo de este trabajo de la Unión Europea no es medir la mejora de la calidad de vida de las sociedades receptoras de sus recursos, sino la consecución de sus objetivos, por lo que sus indicadores vienen limitados por sus propios objetivos. En esta tesis no se toman como partida los objetivos de los programas de desarrollo rural sino que se definen unos objetivos propios atendiendo a la sostenibilidad económica y social estudiada en el *capítulo 3*, y se analiza si el desarrollo local, provenga o no de los programas europeos, está relacionado con la actitud de los residentes y gestores de los destinos turísticos. El documento mencionado distingue entre: indicadores de realización, de resultado y de impacto, los mismos en los que se basa el *Plan Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013*, y que se han esquematizado en la *figura nº4.1*.

Para hacer un seguimiento de un desarrollo turístico es necesario tener un referente. El referente puede ser temporal, es decir, comparar la evolución de un indicador a lo largo del tiempo, y para ello es necesario describir la situación de base a través de indicadores de base. La situación de base hace referencia al valor inicial respecto del cual se mide un indicador de impacto. “En la práctica, existen grandes lagunas en la disponibilidad de datos sobre una serie de aspectos claves, especialmente en lo que se refiere a las PYME” (Unión Europea, 2000, pág. 13). Los *indicadores de base* pueden obtenerse de las bases de datos oficiales, si bien, estas tienen notables limitaciones como falta de datos a la escala necesaria o retraso en las publicaciones. Estos problemas, si bien han mejorado mucho para grandes áreas administrativas, siguen existiendo a nivel de pequeñas áreas locales.

El manual sobre el *Marco Común de Seguimiento y Evaluación* elaborado en septiembre de 2006 por la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural diferencia entre los indicadores de base relacionados con el objetivo y los indicadores de base relacionados con el contexto. Los indicadores de base relacionados con los objetivos reflejan la situación al comienzo del periodo de programación y la tendencia a lo largo del tiempo, se utilizan para el análisis DAFO. Los indicadores de base relacionados con el contexto proporcionan información sobre las tendencias contextuales generales que pueden influir en las actuaciones.

Pero, el referente también puede ser estático, es decir, realizar una comparación de indicadores entre diversas zonas que han sido objeto de evoluciones similares. En tal caso, los indicadores deben ser ponderados por las realidades locales.

Tomando como base los trabajos de las administraciones públicas mencionados y las aportaciones de diversos investigadores, se ha elaborado un cuadro resumen de indicadores económicos (*tabla 4.1.*) y otro de indicadores sociales (*tabla 4.2.*). Los trabajos académicos analizados no son todos específicos de turismo rural, sino que algunos hablan de impactos turísticos generales para cualquier destino, independientemente del producto que en él se desarrolle. Se ha considerado importante incluir también estos estudios globales aunque después se haya adaptado a los destinos rurales. Los trabajos académicos más relevantes sobre los que se ha basado la elaboración de las tablas mencionadas son los siguientes.

- *Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía* de Blancas Peral, González Lozano, Guerrero Casas, & Lozano Oyola (2010). En él establecen tres dimensiones: social, económica y medioambiental. Para cada dimensión se establecen una serie de objetivos que a su vez se subdividen en aspectos de sostenibilidad turística. Para cada aspecto se establece una cuestión evaluada y un indicador teórico.

- *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético* de Sánchez Rivero, M. y Pulido Fernández, J.I. (2008). Definen indicadores de diagnóstico, seguimiento y evaluación que se elaboran de forma secuencial y que se retroalimentan. Los indicadores sintéticos o índices son medidas

adimensionales, resultado de combinar varios indicadores simples mediante un sistema de ponderación que jerarquiza los componentes. La información que se obtiene de estos indicadores es mayor, si bien la interpretación de la misma es, en muchos casos, más complicada y con ciertas restricciones.

- *Los Indicadores de sostenibilidad en el turismo* de Rivas García, J. y Magadán Díaz, M. (2007). Hacen un listado de indicadores y unidades de medida clasificándolos entre: económicos, socioculturales e indicadores de gestión y participación.

- *Una propuesta de evaluación del impacto de los programas de desarrollo rural LEADER y PRODER* de Mondejar Jiménez, J; Mondejar Jiménez, J.A.; Monsalve Serrano, F; y Vargas Vargas, M (2007). Siguen las instrucciones de los programas de evaluación de la Unión Europea en los que se distingue entre indicadores de realización, indicadores de resultado e indicadores de impacto.

- *Turismo rural: ¿una herramienta para el desarrollo sostenible?* de Cardín Pedrosa, M. y Álvarez López, C.J. (2007). Establecen seis dimensiones (equidad y participación, dinamización economías locales, uso y sostenibilidad de recursos y criterios para su evaluación, acceso y disponibilidad de servicios, institucionalidad y políticas, y desarrollo y gestión empresarial) y 30 indicadores agrupados entre las dimensiones mencionadas.

- *¿Qué indica un indicador?, análisis comparativo en los destinos turísticos* de Sancho Pérez, A. y García Mesanat, G. (2006). Es una visión global para cualquier destino turístico. Establece 3 dimensiones: económica, social y medioambiental. Dentro de cada una se establecen distintas categorías y varios indicadores para cada categoría. Los indicadores se clasifican entre los objetivos, que suelen ser medidas físicas y cuantificables, y los subjetivos que suelen estar relacionados con la percepción de la población local y de la los turistas. En esta última, muchas veces se recurre a la percepción para afirmar que las mejoras mostradas por los indicadores objetivos están motivadas del turismo. Es difícil dar respuesta a esta pregunta a través de la percepción, la percepción tiene más utilidad para medir el efecto de los indicadores objetivos sobre el bienestar social pero no para saber si esos cambios provienen sólo del turismo o de otros aspectos del entorno.

• *Modelo Presión-Estado-Respuesta (PER) basado en la medición de impactos medioambientales por la OCDE en 1993* (OCDE, 1993). El ser humano ejerce una presión sobre el medio que modifica el estado de los recursos naturales, y que conlleva una respuesta de la sociedad mediante políticas específicas. Este sistema genera tres tipos de indicadores, los indicadores de presión que describen la presión de la actividad humana sobre el medio. Los indicadores de estado que valoran la calidad del medio ambiente, y por último, los indicadores de respuesta que muestran el grado en que la sociedad responde. Este modelo ha sido utilizado por investigadores del medio rural (Tolón, Lastra, & Ramírez, 2008) y adaptado al turismo por el proyecto METASING en el 2001. El modelo se organiza en cuatro conjuntos:

- Modelo territorial. Los indicadores deben de tener en cuenta la tipología del territorio y su desarrollo turístico.

- Presión. Indicadores que recogen las alteraciones del entorno como consecuencia de la actividad turística.

- Estado-calidad. Describe las condiciones del entorno en el que se desarrolla a la actividad turística. Establecen los estándares a conseguir.

- Respuesta política y social. Recoge diferentes actuaciones públicas y privadas que inciden en el desarrollo sostenible de la actividad turística. Una de las áreas en las que se debe mejorar la investigación en planificación y política turística es la determinación de las fuerzas locales que afectan al éxito del negocio (Smith, 1995, pp. 18-19).

Este modelo de presión-estado- respuesta fue aplicado al turismo en el proyecto METASIG TURISMO⁴⁰ desarrollado por un grupo de trabajo en la Universidad de Alicante, que desarrolló un proyecto que pretendía contribuir a superar el desfase existente entre la teoría y la práctica del desarrollo turístico

⁴⁰ El proyecto Metasig Turismo fue financiado por la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) en el marco del Plan Nacional de I + D, y la Comisión Europea (FEDER), que se llevaba a cabo en el seno del Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante, con participación de investigadores de Santiago de Compostela y Almería, y del Instituto de Economía y Geografía del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

sostenible proporcionando una argumentación científico técnica tanto en el plano teórico como operativo⁴¹. El documento de trabajo *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores* del mencionado proyecto realiza una propuesta para la aplicación de indicadores de sostenibilidad en los procesos de desarrollo turístico como respuesta a la escasa atención y preocupación desde el ámbito de la investigación por este tema hasta fechas relativamente recientes. El modelo propuesto se basa en el modelo DPSIR de la Agencia Europea de Medio Ambiente. Las siglas corresponden a los términos ingleses driving – pressure – state – impact – response (causa – presión – estado – impacto - respuesta), el modelo se organiza por tanto en cinco tipos de indicadores (Vera Rebollo, 2001, pág. 16 y ss):

- Indicadores de causa: miden las causas de la presión.
- Indicadores de presión: reflejan las presiones directa e indirecta sobre el medio.
- Indicadores de estado: describen las condiciones ambientales en un momento determinado, la cantidad y calidad de los recursos naturales.
- Indicadores de impacto: miden las consecuencias de las modificaciones del estado de las condiciones ambientales en el propio medio o en la salud humana.
- Indicadores de respuesta: corresponde al grado en que la sociedad responde a los cambios ambientales. Integran las políticas de las diferentes Administraciones territoriales y sectoriales, así como las actuaciones de empresas y agentes sociales, para paliar o prevenir la degradación de las condiciones ambientales.

El modelo aboga por una adaptación del análisis a los problemas regionales y globales de cada caso. Este aspecto es especialmente importante para el objetivo de este trabajo, ya que se centra en un área local, y el modelo ofrece una herramienta que puede ser aplicada a dicha escala. Adquiere especial importancia el concepto de territorialidad y los **indicadores de respuesta**.

⁴¹ www.grupoinvesturismo.ua.es/investigación/proyectos/metasisg.htm. Fecha de consulta 13 de septiembre de 2006.

El concepto de indicador de respuesta puede aplicarse, no solo a los cambios medioambientales, sino a cambios sociales y económicos. En este caso, integraría las políticas de las diferentes administraciones territoriales y sectoriales así como las actuaciones de empresas y agentes sociales, para paliar o prevenir la degradación de la situación social y económica ante un programa de desarrollo turístico rural.

El elevado número de indicadores que se identifican ha llevado a algunos autores a proponer metodología basada en el diseño de un índice sintético global de desarrollo turístico sostenible que permita, por un lado, sistematizar la información acerca de los factores que condicionan la sostenibilidad de cualquier destino turístico, y, por otro, la comparación entre todos estos destinos (Sanchez Rivero & Pulido Fernández, 2008, pág. 75), con el objeto de proveer de una información que es mayor y distinta de la que ofrece cada una de sus partes (Sanchez Rivero & Pulido Fernández, 2008, pág. 68), el hecho cierto, es que, en la actualidad, este es uno de los problemas principales ante el que se encuentran los planificadores de turismo en todo el mundo: la falta de conocimientos para medir y evaluar el turismo de manera íntegra, con todas sus relaciones (Viñals Blanco, 2002, pág. 109).

La mayoría de los estudios realizados se basan en métodos de análisis de componentes principales y de análisis factoriales. Ambos análisis “tienen en común que son técnicas para examinar la interdependencia de variables, pero difieren en su objetivo, sus características y su grado de formalización” (Uriel & Aldás, 2005, pág. 408). Estas técnicas estadísticas tienen como objeto reducir el número de indicadores a una cantidad limitada y adaptable a nuevos desarrollos y “hacer los indicadores más susceptibles de manejar” (Hall C. , 2008, pág. 206).

La elección entre uno y otro método estadístico de reducción de variables depende de la pregunta que se plantee:

1. ¿Será posible describir el conjunto utilizando un número menor de dimensiones aprovechando las interrelaciones entre ellas?
2. ¿Es posible definir un índice general, combinando todas las variables relacionadas en una sola y que cuantifique la situación esperada?

Los investigadores que se hicieron la primera pregunta optaron por la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), y los que se hicieron la segunda, optaron por realizar un análisis factorial⁴².

El análisis de componentes principales se encuadra dentro de la estadística descriptiva y trata de explicar la variabilidad total de un conjunto de variables con el menor número de componentes posibles, trata de resumir la mayoría de la información original en una cantidad mínima de factores con el propósito de predecir. Se reflejan los pesos o ponderaciones que tienen cada una de las variables en cada componente. El ACP, “es un procedimiento matemático que transforma un conjunto de variables correlacionadas de respuesta en un conjunto menor de variables no correlacionadas llamadas componentes principales” y es “quizás el más útil para cribar datos multivariados” (Jhonson, 2000, pág. 93).

El análisis factorial requiere la formulación de hipótesis y la aplicación de métodos de inferencia estadística, y trata de seleccionar factores que expliquen la interrelación entre variables. Las variables originales juegan el papel de variables dependientes que se explican por factores comunes únicos que no son observables. El análisis factorial común se utiliza para identificar los valores subyacentes que reflejen que es lo que las variables comparten en común. Esos indicadores deben medir aspectos previamente establecidos.

Se pueden clasificar en tres los métodos investigados hasta la fecha para tratar los indicadores de sostenibilidad turística. Una descripción más desarrollada de los mismos se presenta en el *anexo 5*:

1. Métodos que evalúan efectos globales sobre macromagnitudes económicas. Estos métodos no evalúan las dimensiones sociales, económicas o medioambientales del desarrollo turístico, sino el impacto, en términos absolutos sobre la producción, el empleo, etc., in asociar ese impacto al concepto de desarrollo sostenible. No establecen un sistema de indicadores, sino que suelen usar un indicador único que es el gasto obtenido de los registros de contabilidad

⁴² <http://www.youtube.com/watch?v=SqWVDWaNOxk> visualizado el día 5 de agosto de 2013. Recursos audiovisuales del Dr. Jose Luis Vicente Villardón, profesor titular de la Universidad de Salamanca.

regional y miden el impacto a través de los multiplicadores de las tablas input-output. Dentro de esta modalidad se pueden destacar los siguientes trabajos:

- *Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia* (Brida, Monterubbianesi, & Zapata Aguirre, 2011).

- *¿Cómo ha ido la feria? Estimación del impacto económico de acontecimientos turísticos: tres estudios de caso* (Corral, Puigví, & Ferrer, 2009).

- *Evaluación del impacto económico del turismo a nivel regional. El caso de Asturias* (Valdés, Aza, Baños, Torres, & del Valle, 2008).

Este no es el enfoque de esta investigación, no se pretende medir un impacto global sin antes haber definido los aspectos que se quieren valorar y que se establecerán según el concepto de desarrollo sostenible social y económico. El crecimiento del empleo o de la producción no es positivo por sí sólo, si no se tienen en cuenta otros aspectos. Por otro lado, esta metodología no puede aplicarse a la dimensión territorial ni sectorial de un destino rural, ya que la contabilidad nacional y las tablas input-output no están desglosadas a ese nivel.

2. Métodos que establecen las dimensiones a medir “a posteriori”. Primero establecen los indicadores en función de la información disponible a través de fuentes secundarias. También utilizan fuentes primarias, pero el criterio de seleccionar la información a buscar no son las necesidades previamente establecidas, sino aquella información que consideran más fácil de medir. La definición de las dimensiones a medir queda condicionada a las características de la información disponible. Destacan los siguientes trabajos:

- *Turismo rural: ¿una herramienta para el desarrollo sostenible?* (Cardín Pedrosa & Alvarez López, 2007).

- *Una propuesta de evaluación del impacto de los programas de desarrollo rural LEADER y PRODER.* (Mondéjar Jiménez, Mondéjar Jiménez, Monsalve Serrano, & Vargas Vargas, 2007).

3. Métodos que evalúan efectos sobre dimensiones previamente establecidas

Los métodos incluidos en este apartado están más relacionados con los objetivos de este trabajo, ya que primero establecen que aspectos se quieren medir

y luego se buscan los indicadores. Se pueden clasificar en dos enfoques; no agregativo y agregativo. El enfoque no agregativo estudia cada indicador de forma independiente, y evalúa aspectos parciales objeto de estudio. Por su parte, el enfoque agregativo proporciona una medida o índice que engloba a todas, y permita una evaluación global. Estas medidas globales se denominan *indicadores sintéticos* y se calculan utilizando diversas metodologías de análisis multivariante de cálculo estadístico. El indicador sintético tiene la ventaja de simplificar el problema de interpretar una elevada cantidad de variables, y proporciona valores globales que facilitan la comparación de los destinos turísticos.

Modelos no agregativos:

- *La geografía de la percepción. Una metodología de análisis para el desarrollo rural* (Millán Escriche, 2004)

Modelos agregativos:

- *El mundo rural y el impacto de los programas LEADER y PRODER en Extremadura. Propuesta metodológica* (Nieto Masot & Gurria Gascón, 2010).

- *Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía* (Blancas Peral, González Lozano, Guerrero Casas, & Lozano Oyola, 2010).

- *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético* (Sanchez Rivero & Pulido Fernández, 2008).

- *Turismo rural como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia* (Dieguez Castriillón, Gueimonde-Canto, & Sinde-Cantorna, 2009)

- *¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos* (Sancho Pérez & García Mesanat, 2006)

- *Aportaciones teóricas y metodológicas a la evaluación de los programas de desarrollo rural* (Navarro valverde, 2005)

- *Eficacia y eficiencia de LEADER II en Andalucía. Aproximación a un índice resultado en materia de turismo rural* (Marquez Fernandez, Foronda Robles, Galindo Pérez de Azpillaga, & García López, 2005)

- *La actividad del turismo rural en Galicia: una análisis de eficiencia* (Martinez Roget, Miguel Domínguez, & Murias Fernández, 2005)

Son muchos los autores que han manifestado la carencia de un sistema de indicadores realmente eficaz. Larrubia y Navarro (2011, pág. 67) realizaron un estudio de los artículos publicados en materia de desarrollo local en el que afirman que “son trabajos en los que se analiza, de forma más cuantitativa que cualitativa” y en los que se pone de manifiesto la falta de cultura educativa existente, y la poca utilidad que se desprende de las evaluaciones reglamentarias llevadas a cabo, “se echa en falta el análisis de los logros reales conseguidos tras el periodo de bagaje de las iniciativas desarrolladas” (Larrubia Vargas & Navarro Rodriguez, 2011, pág. 75).

Picazo Córdoba, Falcó Martínez, y Sánchez Fernández (2010, pág. 68) inciden en la debilidad para valorar los efectos indirectos, y afirman, que si bien, la percepción general apunta a que estas actividades contribuyen a diversificar la economía local, posiblemente los indicadores no reflejan suficientemente los efectos indirectos o intangibles positivos que el desarrollo del turismo rural produce en las actividades económicas. Lo cierto, es que los actuales sistemas de información territorial y turística no se adaptan la compleja multidimensionalidad del desarrollo sostenible.

4.1.3. Cuadro resumen de indicadores de desarrollo turístico sostenible

En este apartado se han realizado dos tablas que aúnan todos los indicadores analizados en la revisión bibliográfica, y que se clasifican según su impacto económico y social siguiendo el desarrollo del *capítulo 3* de este trabajo.

Tomando como base la secuencia de la *figura 4.3*, el siguiente análisis se centrará en los indicadores de seguimiento y evaluación a desarrollar en el momento t_1 .

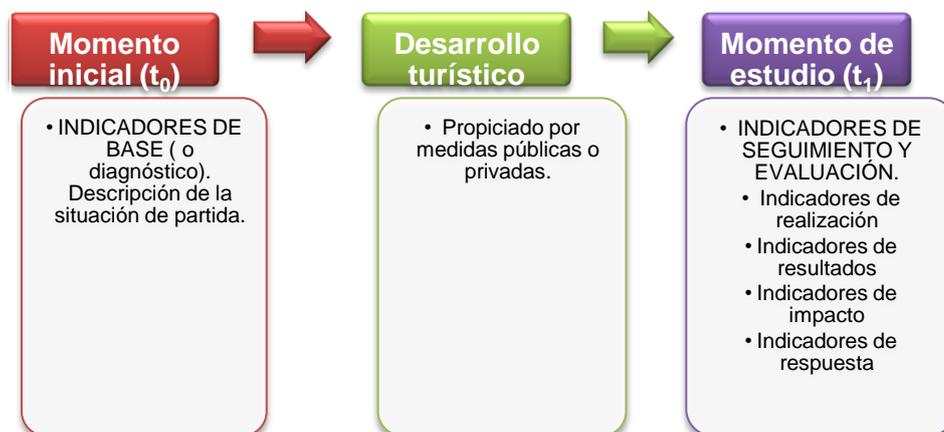


FIGURA 4.3. Resumen de los indicadores

Fuente. Elaboración propia

Los indicadores de seguimiento y evaluación se van a clasificar entre indicadores de resultado, de impacto y de respuesta dentro de la dimensión económica y social a la que represente.

Los **Indicadores de resultados** son aquellos que reflejan los efectos inmediatos del desarrollo turístico, y pueden ser de dos tipos:

- Directos: Aquellos que reflejan un efecto directo sobre el desarrollo del sector turístico (p.e. número de plazas hoteleras ofertadas)
- Indirectos: Aquellos que reflejan un efecto indirecto sobre el desarrollo económico y social en general (p.e. número de empresas en general)

Los **Indicadores de impacto** son aquellos que reflejan un beneficio social y económico, (p.e. aumento de la tasa de ocupación), y los **indicadores de respuesta** muestran el grado en que la sociedad responde al desarrollo turístico

A continuación se explica paso a paso como se ha elaborado la tabla de indicadores. En primer lugar se ha hecho una división entre la dimensión económica y la social, y se han establecido las subdimensiones que caracterizan cada una de ellas. Se han definido quince subdimensiones económicas, y dieciocho subdimensiones sociales. En la *figura 4.4* siguiente se ejemplariza como quedaría esta primera clasificación.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

1. Efectos sobre la producción.
2. Variación de la renta fiscal.
- ...

DIMENSIÓN SOCIAL

1. Estimulación del interés de los residentes por la cultura propia.
2. Continuidad histórica y cultural de la comunidad.
- ...
17. Acceso a la información.
18. Utilización y formación en TIC.

FIGURA 4. 4. Ejemplo de la clasificación de dimensiones y subdimensiones en el cuadro de indicadores

Cada subdivisión se mide con un número limitado de indicadores que se reflejan en la primera columna del cuadro. Así, la subdimensión “efectos sobre la producción” se mide a través de 9 indicadores codificados con las letras PROD seguidas del número 1 al 9 (el número de empresas turísticas, el tamaño de las empresas, la demanda de servicios turísticos, el tamaño de las empresas no relacionadas directamente con el sector turístico en general que hayan podido nacer del efecto multiplicador, demanda de servicios no turísticos, estacionalidad de los servicios turísticos, oferta no reglada, gasto medio del turista rural y características de las personas que han desarrollado la empresa, y por tanto destinatarios y los beneficios del programa). La segunda columna de las tablas muestra el tipo de indicador de que se trata;

- R: resultado
- I: impacto
- RP: Respuesta

El objetivo de clasificar por tipo de indicador permitirá aislar los indicadores de respuesta que son los que se analizarán en el estudio empírico.

A su vez, cada indicador se puede medir con diferentes unidades. Así, el indicador PROD1 se puede medir con 5 unidades de medida (Número de empresas registradas en el registro de empresas turísticas, número de empresas de turismo activo, autorizaciones de transporte de viajeros, número de plazas de restaurantes y porcentaje de alojamientos abiertos todos el año). Cada unidad de medida se ha codificado añadiéndole, sucesivamente, un segundo dígito al indicador al que representan.

Se ha añadido una cuarta columna que recoge las fuentes que alimentarían de información cada indicador y una quinta columna de observaciones. Estas dos últimas columnas permiten valorar la viabilidad de estos indicadores para destinos rurales.

DIMENSIÓN ECONÓMICA						
1. Efectos sobre la producción						
Indicador	Tipo	Unidades medidas	de	Fuentes	Observaciones	
PROD Número de empresas turísticas	1. de ...	R PROD11. de registradas en el registro de empresas turísticas	Número de empresas en el registro de empresas turísticas	Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.es	Existe oferta no reglada ...	
		PROD12. número de empresas de turismo activo		...		
		...				
		PROD15. Porcentajes de alojamientos abiertos todo el año				

PROD2. Tamaño de las empresas turísticas						

...						

PROD9. Características de las personas que han						

desarrollado
las
empresas...

...

18. Utilización y formación en TIC

FIGURA 4. 5. Ejemplo del diseño del cuadro de indicadores.

Tabla 4. 1. Resumen de indicadores económicos

DIMENSIÓN ECONÓMICA				
1. Efecto sobre la producción.				
<p>Para una comunidad local es positivo que aumente la producción de servicios del sector turístico y de las empresas relacionadas, pero también lo es que este aumento se produzca de forma diversificada. Cuantos más sectores económicos se desarrollen, menos dependencia se tendrá de una sola actividad y se conseguirá una mayor distribución de la renta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Directos. Efectos sobre empresas tradicionalmente turísticas - Indirectos. Efecto multiplicador sobre otros sectores productivos 				
Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuente	Observaciones
PROD1. N° de empresas turísticas	R	PROD11. N° de empresas registradas en el registro de empresas turísticas.	Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.es	Existe oferta no reglada.
	R	PROD12. Número de empresas de turismo activo.	Registro de empresas turísticas de la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. www.murciaturistica.es	
	R	PROD13. Autorizaciones de transporte de viajeros.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	No implica que operen dentro del destino. No hay datos para desglosar los servicios dentro del destino.

	R	PROD14. Número y plazas de restaurantes.	Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.es	Existe oferta no reglada. Un porcentaje elevado difícil de cuantificar es consumido por residentes.
	R	PROD15. Porcentaje de alojamiento abiertos todo el año.	Observación directa.	
PROD2. Tamaño de las empresas turísticas	R	PROD21. Número de turistas que pueden atender en un periodo de tiempo (nº plazas, nº comensales, nº usuarios...).	Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.es	Existe oferta no reglada.
PROD3. Demanda de servicios turísticos	R	PROD31. Total de llegada de visitantes en un periodo de tiempo determinado sobre el total de la población residente.	Estudios de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.es Informes varios.	Varios estudios con zonificaciones distintas. Dificultad para desglosar datos. Recursos limitados para obtener datos fiables. Distorsión de información por intereses de los agentes que los publican.
	R	PROD32. Número de personas que usan los servicios de empresas de turismo activo.	Consulta con empresarios.	

	<p>PROD33. Número de personas que disfrutaran recursos turísticos: río, sectores de escalada, senderos...</p>	<p>Estudios de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica.com. Informes varios Consultas a visitantes</p>	<p>Ver observaciones PROD31 Dificultad de encontrar focos de afluencia masiva. Es un turismo muy disperso por todo el destino y es difícil de localizar.</p>
<p>PROD4. N° y tamaño de empresas no relacionadas directamente con el sector turístico en general que hayan podido nacer del efecto multiplicador.</p>	<p>PROD41. Número de comercios.</p>	<p>Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Observación directa.</p>	<p>No todos los comercios tienen una relación directa con el turismo. Los datos no se pueden desglosar entre los que están relacionados con el turismo y los que no.</p>
	<p>PROD42. Número de empresas por sector económico.</p>	<p>Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Observación directa.</p>	<p>No todas las empresas del sector turístico están desglosadas, hay datos desglosados de hostelería y turismo, pero es difícil encontrar el desglose en empresas de otros servicios: espectáculos, turismo activo, cultura, comercio turístico. Datos poco actualizados (los últimos encontrados son del 2008). Su evolución no se puede relacionar claramente con el desarrollo turístico.</p>
	<p>PROD43. Número de trabajadores por sector económicos.</p>	<p>Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/</p>	<p>Mismo comentario que PROD42</p>

PROD5. Demanda de servicios no turísticos medida por el número de personas que usan los servicios.	R	PROD51. Volumen de negocio de las empresas.	Registro mercantil.	No existe un registro resumen, se requiere consultar de forma individual cada empresa. Su evolución no se puede relacionar claramente con el desarrollo turístico.
PROD6. Estacionalidad de la producción turística.	R	PROD61. Llegada de turistas en temporada alta sobre el total de llegada de turistas anuales.	Estudios y estadísticas de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica .	Ver observaciones PROD31.
			Informes varios. Consultas a empresarios.	
	R	PROD62. Total de empleados en actividades características del empleo en temporada alta sobre el total de empleados en actividades características del empleo en temporada baja.	Estadísticas de la seguridad social http://www.seg-social.es/Internet1/Estadistica/Est/AfiliacionAltaTrabajadores/AfiliacionesAltaLaboral/AfiliacionUltimo_d_a_del_mes/AfiliacionMunicipios/index.htm	No hay desglose por actividad turística.

PROD7. Oferta no reglada.	R	PROD71. N° de establecimientos no incluidos en el Registro de empresas turísticas.	Observación directa.	
PROD8. Gasto medio del turista rural.	R	PROD81. Euros gastados por día.	Estudios y estadísticas de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica .	Ver observaciones PROD31.
	R	PROD82. Euros gastados por estancia.	Informes varios. Consultas a turistas.	Dificultad de encontrar focos de afluencia masiva. Es un turismo muy disperso por todo el destino y es difícil de localizar.
PROD9. Características de las personas que han desarrollado las empresas, y por tanto destinatarios de los beneficios del programa: residentes, pequeños agricultores.	I	PROD91. N° de autónomos beneficiado.	Estadísticas de la seguridad social http://www.seg-social.es/Internet_1/Estadistica/Est/AfiliacionAltaTrabajadores/AfiliacionesAltaLaboral/AfiliacionUltimo_dia_del_mes/AfiliacionMunicipios/index.htm	No hay desglose por actividad turística. No hay datos sobre la procedencia y residencia de los emprendedores.
	R	PROD92. Tamaño de las empresas.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	No todas las empresas del sector turístico están desglosadas, hay datos desglosados de hostelería y turismo, pero es difícil encontrar el desglose en empresas de otros servicios: espectáculos, turismo activo, cultura, comercio turístico.
	I	PROD93. Autoctonía del empresario.	Consultas a empresarios.	

I **PROD94.** N° de mujeres emprendedoras. Consultas al sector.

2. Variación de la renta fiscal.

Cuando un territorio se desarrolla económicamente, aumentan los ingresos fiscales de los municipios que los gestionan, y en consecuencia, deberían aumentar los gastos públicos sobre los mismos.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuente	Observaciones
RF1. Presupuestos fiscales de gastos e ingresos.	R	RF11. Gasto público en servicios para la comunidad.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Administración municipal. Estadísticas de hacienda. Consejería de Hacienda.	No hay un desglose de gastos en servicio de la comunidad.
RF2. Satisfacción de las comunidades con la naturaleza del gasto público realizado.	I	RF21. Nivel de satisfacción.	Consultas a residentes.	

3. Incremento y cambios en la estructura del empleo directo e indirecto.

La situación económica de una zona mejora cuando aumenta el número de empleos que puede proporcionar a sus residentes. Algunos aspectos contribuyen a que ese crecimiento de empleo sea más positivo: diversificación de la actividad, facilitación de la incorporación de los jóvenes a la actividad de la zona rural, facilitación de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, mejoren la calidad de vida y la economía.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
EMP1. Tasas de población ocupada por rama de actividad (puede desglosarse más: reducción de empleo juvenil, reducción de desempleo de larga duración...).	I	EMP11. Total de empleo directo generado por el turismo.	Centro Regional de Estadística de Murcia. http://www.carm.es/econet/ Instituto Nacional de la Seguridad Social. Consejería de Trabajo y Política Social de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Instituto Nacional de la Seguridad Social.	No todas las empresas del sector turístico están desglosadas, hay datos desglosados de hostelería y turismo, pero es difícil encontrar el desglose en empresas de otros servicios: espectáculos, turismo activo, cultura, comercio turístico.
	R	EMP12. Total de empleados en actividades características del turismo en un determinado periodo sobre el total de empleados en el destino en ese periodo.	Ver indicador EMP11.	Ver indicador EMP11.

EMP2. Estructura de la población ocupada por sexo y por edad.	I	EMP21. Tasa de empleo juvenil.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	
	I	EMP22. Tasa de empleo autóctono.	Instituto Nacional de la Seguridad Social. Consejería de Trabajo y Política Social de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
	I	EMP23. Tasa de empleo femenino.	Centro Regional de Estadística de Murcia. http://www.carm.es/econet/ Instituto Nacional de la Seguridad Social.	
EMP3. Calidad de vida de los residentes.	I	EMP31. Valoración de la satisfacción de los habitantes.	Consultas a residentes.	
EMP4. Percepción de mejora en las oportunidades de acceso al mercado de trabajo.	I	EMP41. Valoración de la percepción.		

4. Variaciones del nivel de renta y distribución del mismo.

El incremento del nivel de renta de las comunidades locales es la medida más evidente de su bienestar económico, pero el incremento debe ser equilibrado y afectar al mayor número posible de residentes, es decir, debe darse una distribución equitativa de la renta.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
R1. Renta per cápita.	I	R11. Renta total del municipio entre la población.		Datos poco actualizados, los últimos encontrados son del 2006.
R2. Ingresos generados por empleo turístico.	RE	R21. Ingresos por unidad de tiempo obtenidos por la población empleada en el sector turístico sobre los ingresos de las restantes actividades tomadas en su conjunto.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
	R	R22. Ingresos generados por turismo sobre el valor de la producción generada por el conjunto de las actividades económicas.		No todas las empresas del sector turístico están desglosadas, hay datos desglosados de hostelería y turismo, pero es difícil encontrar el desglose en empresas de otros servicios: espectáculos, turismo activo, cultura, comercio turístico.

5. Efecto sobre el desarrollo regional.

Este indicador es una composición de varios de los mencionados en esta tabla.

6. Modificación de la estructura de consumo.

El aumento de la renta produce un aumento del consumo y una modificación de sus estructura haciéndola más selectiva.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
CONS1. Distribución del consumo de los residentes.	R	CONS11. Composición de la cesta de la compra de los residentes.	Consultas a residentes.	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.

7. Inversiones.

Los programas de desarrollo rural llevan aparejadas inversiones en infraestructura turística y no turística, y la revalorización de recursos. Se trata no sólo de medir cantidades económicas invertidas, sino que estas hayan sido realizadas de una forma óptima favoreciendo aquellas inversiones que cualitativamente son positivas para los residentes.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
INV1. Cantidad de dinero invertido por tipo de inversión (empresas turísticas, empresas no turísticas, infraestructura, TIC, telecomunicaciones, revalorización de patrimonio...).	R	INV11. Inversión realizada.	Informes de la UE.	
	R	INV12. Personal empleado en el mantenimiento.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	
	R	INV12. Planes de mantenimiento.	Consultas a la Administración Pública y GALs. Observación directa.	
	R	INV13. Inclusión en rutas turísticas.	Revisión de material promocional.	
INV2. Características del resultado de las inversiones realizadas (utilidad, estado, conservación...).	I	INV21 / INV31. Valoración de residentes y turistas de las inversiones turísticas.	Observación directa. Consultas a residentes.	

INV3. Utilidad del resultado de las inversiones sobre los habitantes de las poblaciones rurales. **I**

8. Efectos sobre la especulación del suelo

La puesta en valor de determinadas zonas atrae nuevos residentes (en primera y segunda residencia) y por tanto fomenta la construcción y la especulación del suelo. La subida de precios de las viviendas crea un problema para la gente joven que desea establecerse en la población, y por tanto, el efecto positivo sobre el freno de la emigración que puede tener el crecimiento de la producción, puede verse contrarrestado por el incremento el precio de las viviendas.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
ESP1. Especulación en el uso del suelo turístico.	R	ESP11 Número de viviendas construidas.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	
ESP2. Variación de precios de las viviendas.	R	ESP21 Variación del precio del metro cuadrado de terreno de un periodo a otro.	Consulta a agencias inmobiliarias.	
ESP2. Percepción de la población local respecto si el suelo destinado a turismo está aumentando en detrimento de otros tipos de uso.	R	ESP21. Valoración de la percepción del uso del suelo.	Consultas a residentes.	

9. Inflación

Como ocurre en el punto anterior, una mayor afluencia de gente produce una mayor demanda, y por tanto un incremento de los precios al consumo no sólo para los visitantes, sino para los residentes.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
INF1. Variación de los precios.	R	INF11 Índice de precios al consumo.	Instituto nacional de estadística.	No hay desglose municipal.

10. Diversidad de las actividades

Autonomía

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
-----------	------	--------------------	---------	---------------

Ver PROD4

11. Dependencia del turismo

No parece positivo que una economía dependa exclusivamente de una actividad económica, y menos de una actividad tan variable y sensible a cambios de la demanda como es el turismo.

Este efecto queda medido con los indicadores propuestos en el apartado de efectos sobre la producción.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
DEP1. Grado de dependencia de un mercado.	R	DEP11 Llegada de turistas del principal mercado emisor turístico sobre el total de turistas.	Estudios y estadísticas de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM. www.murciaturistica . Informes varios. Consultas a turistas.	No suele ser el problema de los destinos rurales donde las rentas del turismo son complementarias.
DEP2. Peso de la actividad turística.	R	DEP21. Total de la producción de actividades turísticas sobre el total de producción.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	No todas las empresas del sector turístico están desglosadas, hay datos desglosados de hostelería y turismo, pero es difícil encontrar el desglose en empresas de otros servicios: espectáculos, turismo activo, cultura, comercio turístico.

12. Coste de oportunidad

Desarrollar una actividad económica implica no desarrollar otra posiblemente más rentable.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
COPI1. Rentabilidad de actividades económicas alternativas al turismo	R	COP11. Ratios de rentabilidad.	Estudios económicos Consultas al sector empresarial.	No existen registros de datos centralizados

COP2. Rentabilidad de otras actividades que efectivamente se hayan desarrollado en la zona de estudio. **R**

13. Desarrollo duradero y global.

Está representado por una combinación de los indicadores expuestos en esta tabla.

14. Posicionamiento en el mercado y en el mundo.

Está representado por una combinación de los indicadores expuestos en esta tabla.

15. Utilización y formación en TIC.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
FOR1. Mejora del grado de formación de la población.	I	FOR11. Número de menores escolarizados.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/	No hay datos ordenados desglosados por municipios para establecer una evolución.
	I	FOR12. Evolución del acceso a niveles de formación superior.	No hay datos de evolución.	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
	I	FOR13. Participación en actividades formativas no oficiales.	Consejería de educación.	
	R	FOR14. Nivel formativo del personal empleado en el sector turístico.	Consultas a empresarios.	

TIC1. Generalización del uso de las nuevas tecnologías.	R	TIC11. Número de líneas de internet.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Consultas a residentes.
	R	TIC12. Número de ordenadores por habitante.	

Fuente. Elaboración propia

TABLA 4. 2. Resumen de indicadores sociales

DIMENSIÓN SOCIAL

1. Estimulación del interés de los residentes por la cultura propia

Una manera de mantener las tradiciones y costumbre que se han perdido con la despoblación de las zonas rurales es fomentar el interés de la comunidad por su conservación. Si los residentes perciben que esas tradiciones y costumbres son motivo de atracción turística y por tanto de fuente de ingresos, parece lógico que se preocupen de su conservación. Esta actitud contribuye a la rehabilitación y conservación del patrimonio histórico tangible e intangible: espacios arquitectónicos, costumbres, tradiciones, artesanía, folklore...

Aumento del sentimiento de autoestima e identidad, del sentimiento de inclusión y utilidad social, de formar parte de un todo. Orgullo de pertenencia a ese lugar. Sentimiento de responsabilidad por el lugar. Conocimiento de las problemáticas locales.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
INTCUL1. Formación de los residentes sobre la puesta en valor de sus recursos culturales.	R	INTCUL11. Acciones formativas e informativas realizada.	Registro de Ayuntamientos. Promoción de actividades. Consultas a residentes.	

	R	INTCUL12. Campañas de sensibilización.	
INTCUL2. Participación activa de la comunidad local en la puesta en valor de los recursos culturales.	RP	INTCUL21. Iniciativas particulares relacionadas con la conservación del patrimonio.	
INTCUL3. Satisfacción de la comunidad local por el mantenimiento de esas costumbres y tradiciones.	RP	INTCUL31. Valoración de la satisfacción.	Consultas a residentes.
INTCUL4. Mejora de la percepción e identidad del territorio.	RP	INTCUL41. Valoración de la percepción.	

2. Continuidad histórica y cultural de la comunidad

Los programas de desarrollo rural llevan consigo la puesta en valor de recursos histórico culturales y la recuperación de algunos que han empezado a perderse.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
CONTCUL2. Recuperación de tradiciones locales.	I	CONTCUL12. Número de tiendas de artesanía.	Observación directa.	Todas las recuperaciones culturales son positivas pero se debería identificara aquellas que tienen capacidad de atraer visitantes.
	I	CONTCULT13. Eventos de tradiciones culturales.	Consulta a agentes turísticos.	
	I	CONTCUL14. Oferta de gastronomía popular.	Programas de actividades.	

CONTCUL2. Edificios históricos recuperados	I	CONTCUL21. Número de edificios recuperados.	Observación directa.
	I	CONTCUL22. Número de edificios protegidos sobre el total.	Consulta a agentes turísticos. Programas de actividades.
	R	CONTCUL23. Inversión realizada	
	R	CONTCUL24. Planes de mantenimiento.	
CONTCUL3. Museos y centros de interpretación.	I	CONTCUL31. Número de museos y centros de interpretación.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Observación directa Todas las recuperaciones culturales son positivas pero se debería identificar aquellas que tienen capacidad de atraer visitantes.
	R	CONTCUL32. Temática de los museos.	
CONTCUL4. Fiestas.	I	CONTCUL41. Número de fiestas recuperadas.	Observación directa. Consulta a agentes turísticos. Programas de actividades.

		R	CONTCUL42. Inversión realizada en la recuperación de fiestas. Plan de conservación de las costumbres, tradiciones y edificios recuperados o puestos en valor.	
		R	CONTCUL43. Promoción de las fiestas.	
		I	CONTCUL44. Participación en las fiestas.	
		R	CONTCUL45. Modernización de la imagen.	
		R	CONTCUL46. Mejora de la organización y calidad de las fiestas locales.	
CONTCUL5. gastronómica.	Oferta	I	CONTCUL51. Número de restaurantes de comida tradicional.	Observación directa. Páginas web de murciaturística y de las empresas.
		R	CONTCUL52. Variedad de los menús.	Consulta a empresarios.
CONTCUL6. cultural de la zona.	Promoción	R	CONTCUL61. Aparición en folletos publicitarios.	Revisión de prensa. Revisión de campañas promocionales electrónicas.
				Se debe evaluar, no solo la cantidad, sino la calidad de la campaña, incluida la fuerza de la promoción del destino.

	R	CONTCUL62. Aparición en prensa.	
	R	CONTCUL63. Campañas por medios electrónicos	
CONTCUL7. Aumento de la superficie social, cultural, de ocio y tiempo libre.	I	CONTCUL71. Evolución de los centros sociales y culturales.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/eco net/ Observación directa. Consulta a residentes.
CONTCUL8. Interpretación del patrimonio.	R	CONTCUL81. Grado de interpretación: número de guías, audio guías, paneles informativos.	Observación directa. Consulta a visitantes.
	R	CONTCUL82. Número de guías expertos en interpretación	Registro oficial de guías turísticas.
	R	CONTCUL83. Paneles informativos.	
CONTCUL9. Utilidad de las costumbres, tradiciones y edificios históricos recuperados o puestos en valor.	I	CONTCUL91. Valoración de los residentes.	Consultas a residentes.

CONTCUL10. Creación de una identidad arquitectónica en la zona.	I	CONTCUL101. Valoración de la identidad arquitectónica.	Observación directa.
--	----------	---	----------------------

3. Intercambio cultural

La afluencia de visitantes a una zona puede producir un efecto positivo de intercambio cultural que favorezca la comprensión y tolerancia entre culturas diferentes. Puede también acelerar el desarrollo social de determinadas zonas que se han mantenido incomunicadas con los núcleos urbanos donde se producen los mayores cambios sociales.

Pero esa mezcla de culturas también puede tener efectos negativos: puede producir el fenómeno de la aculturación, que supone que las comunidades emisoras contaminan la cultura de las sociedades receptoras imponiendo sus formas de vida.

Puede crear conflictos entre las sociedades encontradas por el desarrollo de prejuicios sociales (racismo, servilismo, abusos, rechazo...).

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
INT1. Signos externos de dominación de las sociedades visitantes (establecimientos, productos a la venta, puestos de trabajo...).	I	INT11. Número de evidencias de dominación.	Revisión de prensa Consultas al sector.	Muchas aéreas rurales tienen un desarrollo incipiente, y todavía no se manifiestan estos problemas característicos de los destinos masificados.
INT2. Conflictos surgidos.	I	INT21. Número de conflictos con visitantes	Observación directa.	
INT3. Signos externos de cambios culturales inducidos por los visitantes.	I	INT31. Cambio en las formas de vida.		

INT4. Nivel cultural de los residentes.	I	INT41. N° de personas que han finalizado estudios.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/ecnonet/	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
INT5. Grado de aceptación de las culturas emisoras.	RS	INT51. Población que se muestra satisfecha con la presencia de visitantes sobre el total de la población.		
INT6. Grado de saturación de las comunidades locales respecto a la recepción de visitantes	RS	INT61. Población que rechaza la presencia de visitantes sobre el total de la población.	Consultas a residentes	Muchas aéreas rurales tienen un desarrollo incipiente, y todavía no se manifiestan estos problemas característicos de los destinos masificados.
INT7. Cambios culturales inducidos por los visitantes.	R	INT7. Percepción de la población e los cambios culturales consecuencia del turismo.	Observación directa.	
	RS	INT8. Percepción de la población sobre si los turistas tienen un efecto indeseable en el estilo de vida de la zona.		
	RS	INT9. Percepción de la población local respecto a si vivir en una localidad turística produce efectos negativos en la calidad de vida.		

4. **Aceleración de los cambios sociales**, en términos de mayor tolerancia y bienestar, permitiendo una mayor movilidad social en sociedades altamente jerarquizadas. La movilidad social puede hacer tomar conciencia de la legitimidad de ciertos derechos de los que se carece.

5. Cambios en la estructura demográfica

El desarrollo de los núcleos urbano ha llevado emparejado el despoblamiento de los centros rurales, la gente joven emigra del campo a la ciudad dejando en las zonas rurales una población envejecida dependiente de otros estratos sociales.

El desarrollo económico de estas áreas debería crear un atractivo para que la población joven confíe en un futuro en esas zonas y la estructura poblacional se rejuvenezca.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
EDEM1. Cambios en la estructura de la población.	I	EDEM11. Número de residentes por edad y sexo.	Padrón Municipal	Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
EDEM2. Índice de vejez.	I	EDEM21. Porcentaje de población mayor no activa / porcentaje de población joven.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/eco.net/	Limitaciones para determinar que evolución habría tenido la pirámide poblacional si se hubiera desarrollado un sector distinto del turístico
EDEM3. Índice de dependencia	I	EDEM31. Número de personas dependientes sobre el total de la población.	Instituto Nacional de la Seguridad Social Consejería de Trabajo y Política Social de la Comunidad Autónoma de la RMa	No existen resúmenes de datos desglosados. Dificultad para encontrar una relación directa con el desarrollo del sector turístico.
EDEM4. Datos sobre emigración	R	EDEM41. Población residente	Padrón municipal.	

e inmigración a las zonas rurales.		nacida en el resto del estado entre la nacida en el municipio.		
	R	EDEM42. Población residente nacida en el extranjero entre la nacida en el municipio.		
EDEM5. Nuevos residentes.	R	EDEM43. Población de residentes inmigrados.		
EDEM6. Alicientes de la población joven para mantenerse en las zonas rurales.	RS	EDEM61. Valoración de las oportunidades de los municipios para los jóvenes.	Consultas al sector. Consultas a los residentes.	Este es uno de los principales objetivos de todo PDR.
	I	EDEM62. Evolución de la población joven en los municipios.	Observación directa	
EDEM7. Percepción de la población local respecto a las ventajas o inconvenientes de tener una población más joven.	RS	EDEM7. Valoración de la población de tener una población joven.	Consultas a residentes.	

6. Cambios en la estructura de empleo.

Los cambios en la estructura de empleo no son sólo un indicador económico, sino que reflejan la modernización de una sociedad que pasa de depender de una actividad agraria cada vez más precaria a dedicarse a actividades más seguras y que representan una mejor calidad de vida en términos de desarrollo social.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
ESTEMP1. Población ocupada por ramas de actividad.		ESTEMP11. Evolución de la población ocupada por rama de actividad.	Centro Regional de Estadística de Murcia http://www.carm.es/econet/ Instituto Nacional de la Seguridad Social. Consejería de Trabajo y Política Social de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.	No existe un desglose adecuado para municipios pequeños y para el sector turístico.
	RE			
ESTEMP2. Satisfacción de la población que ha cambiado de actividad.	RS	ESTEMP21. Valoración de la población del cambio de actividad.	Consultas a residentes.	

7. Mejora de la comunicación social y la tolerancia. Fomento de la comunicación, la comprensión, la paz y el respeto de las diferencias

8. Mejoras en la calidad de vida en términos de mayores servicios e infraestructuras

Un destino turístico sólo puede consolidarse como tal si se desarrollan los servicios e infraestructuras (aparte de las propiamente turísticas) que facilitan su acceso. Estos servicios e infraestructuras que son creados para acercar a los turistas también son aprovechados por las comunidades locales para su vida diaria.

Por otro lado, la prosperidad del área rural permite el desarrollo de infraestructuras y servicios creados exclusivamente para las comunidades locales.

Implantación de facilidades y servicios como el alumbrado, la recogida de basura, sucursales bancarias, centros de salud, reforzamiento de las medidas de seguridad, que beneficien no solo al visitante, sino también al visitado.

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observación
INFRA1. Creación de infraestructuras: carreteras, conducciones de agua y electricidad, teléfono, iternet...	I	INFRA11. Entidades financieras entre población de hecho.	Centro Regional de Estadística de Murcia	
		INFRA12. Salidas de autovías.	http://www.carm.es/econet/	
		INFRA13. Transporte público desde los principales emisores.		Observación directa.
		INFRA14. Instalaciones deportivas		
INFRA2. Mejora de servicios: sanidad, educación, información, tramitaciones administrativas... /	I	INFRA21. Camas de hospital (acceso menor a 30 minutos) entre la población de hecho.		Consejería de Sanidad.
	I	INFRA22. Médicos entre población de hecho.		Observación directa.
	I	INFRA23. Farmacias entre población de hecho.		
	I	INFRA24. Mejora de los cuerpos de seguridad entre población de hecho.		Consejería de Presidencia.
	I	INFRA25. Plazas escolares entre población de hecho / plazas en bibliotecas entre población de hecho.		
INFRA3. Grado de participación en actividades culturales.	RS	INFRA3. Población estimada que participa en actividades folclóricas sobre el total de la población local.		Consultas a residentes. Observación directa.

INFRA4. Grado de satisfacción que esas mejoras en servicios e infraestructuras provoca en las comunidades locales	I	INFRA4.1. Valoración de los residentes de las mejoras en servicios e infraestructuras	Consultas a residentes
INFRA5. Percepción de que esas mejoras provienen del turismo	R	INFRA5.1. Valoración de los residentes de que las mejoras en infraestructuras y servicios provienen del turismo	Consultas a residentes
INFRA5. Calidad de los medios culturales: colegios, biblioteca...	I	INFRA5.1. Valoración de los medios culturales	Observación directa

9. Movilidad geográfica

El contacto con las comunidades emisoras provoca en los residentes un interés por conocer lo que hay fuera de su núcleo rural, esto unido a la mejora de las infraestructuras de comunicación puede favorecer la movilidad de las comunidades.

Este hecho es positivo si se entiende como una ampliación cultural, pero puede ser negativo si se produce la temida emigración de la gente joven a las ciudades

10. Hábitos de consumo

11 Aculturación

Cambios en los hábitos culturales de la sociedad receptora: horarios, entretenimientos, comidas, vestidos, trato humano, pautas sexuales. Servilismo por parte de la sociedad receptora, y aprovechamiento del visitante Predominio de la inversión extranjera y de la mano de obra inmigrante. Neocolonialismo.

12. Desculturización.

Desaparición de la cultura más débil de la comunidad receptora. Comercialización extrema de las tradiciones locales despojándolas de su significado real y destruyendo el carácter de autenticidad que en un principio atrajo al visitante

13. Aparición de barreras sociales por: incultura, intolerancia, indiferencia, xenofobia, espíritu de superioridad o inferioridad, racismo, analfabetismo, dificultad idiomática...

Tensiones sociales debido a la creación de guetos

Resentimiento hacia el turismo

14. Aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
DEL1. Incremento de la conflictividad y el delito en temporada alta.	I	DEL11. Variación relativa de robos en temporada alta sobre la temporada baja.	Registros policiales.	Muchas aéreas rurales tienen un desarrollo incipiente, y todavía no se manifiestan estos problemas característicos de los destinos masificados.
	I	DEL12. Variación relativa de las riñas en temporada alta sobre la temporada baja.		
	I	DEL13. Variación relativa de la criminalidad en temporada alta sobre la temporada baja.		
DEL2. Accidentes de tráfico en temporada alta.	I	DEL21. Variación relativa de los accidentes de tráfico en temporada alta respecto de la temporada baja.		

15. Formación

Indicador	Tipo	Unidades de medida	Fuentes	Observaciones
FOR1. Nivel de formación de los trabajadores de la actividad turística.	R	FOR11. Escolaridad media de los trabajadores en el sector turístico.	Consultas al sector.	
FOR2. Nivel de acceso a información.	I			

17. desarrollo de valores como la democracia, la participación, la cooperación, la tolerancia, el consenso, la resolución de conflictos, el vínculo entre sectores y grupos, la integración, la justicia y la implicación.

Indicador	Tipo	Unidades de medidas	Fuentes	Observaciones
VAL1. Formación de las mujeres.	I	VAL11 Nivel de formación de las mujeres sobre el nivel de formación de la población total.		
VAL2. Percepción de los representantes de la comunidad y de la población respecto a su participación en la planificación y gestión de la actividad turística.	RS	VAL21. Valoración de los residentes.	Consultas a residentes	
VAL3. Nivel de asociacionismo del empresario turístico local	RS	VAL31. Empresarios turísticos integrados en organizaciones sobre el total de empresarios turísticos locales	Consultas a empresarios	

VAL32. Numero de asociaciones creadas				
VAL4. Igualdad de oportunidades para colectivos desfavorecidos	I	VAL41. Implicación de las minorías más desfavorecidas / sensibilidad respecto a colectivos más desfavorecidos	Consultas a residentes	Observación directa
18. Acceso a la información				
Indicador	Tipo	Unidades de medidas	Fuentes	Observaciones
INF1. Acceso a nuevas tecnologías / INF1. Acceso a información	R	INF1. Número de ordenadores con conexión a internet		

Fuente. Elaboración propia.

Se han identificado 36 Indicadores de impacto y 11 de respuesta

Indicadores de impacto:

PROD9. Características de las personas que han desarrollado las empresas, y por tanto destinatarios de los beneficios del programa: residentes, pequeños agricultores Autonomía del empresario.

RF2. Satisfacción de las comunidades con la naturaleza del gasto público realizado.

EMP1. Tasas de población ocupada por rama de actividad (puede desglosarse más: reducción de empleo juvenil, reducción de desempleo de larga duración...).

EMP2. Estructura de la población ocupada por sexo y por edad.

EMP3. Calidad de vida de los residentes.

EMP4. Percepción de mejora en las oportunidades de acceso al mercado de trabajo.

R1. Renta per cápita.

INV2. Características del resultado de las inversiones realizadas (utilidad, estado, conservación...).

INV3. Utilidad del resultado de las inversiones sobre los habitantes de las poblaciones rurales.

FOR1. Mejora del grado de formación de la población.

CONTCUL2. Recuperación de tradiciones locales.

CONTCUL2. Edificios históricos recuperados.

CONTCUL3. Museos y centros de interpretación.

CONTCUL4. Fiestas.

CONTCUL5. Oferta gastronómica.

CONTCUL7. Aumento de la superficie social, cultural, de ocio y tiempo libre.

CONTCUL9. Utilidad de las costumbres, tradiciones y edificios históricos recuperados o puestos en valor.

CONTCUL10. Creación de una identidad arquitectónica en la zona.

INT1. Signos externos de dominación de las sociedades visitantes (establecimientos, productos a la venta, puestos de trabajo...).

INT2. Conflictos surgidos.

INT3. Signos externos de cambios culturales inducidos por los visitantes.

INT4. Nivel cultural de los residentes.

EDEM1. Cambios en la estructura de la población.

EDEM2. Índice de vejez.

EDEM3. Índice de dependencia.

EDEM6. Alicientes de la población joven para mantenerse en las zonas rurales.

INFRA1. Creación de infraestructuras: carreteras, conducciones de agua y electricidad, teléfono, internet, etc.

INFRA2. Mejora de servicios: sanidad, educación, información, tramitaciones administrativas, etc.

INFRA4. Grado de satisfacción que esas mejoras en servicios e infraestructuras provoca en las comunidades locales.

INFRA5. Calidad de los medios culturales: colegios, biblioteca.

DEL1. Incremento de la conflictividad y el delito en temporada alta .

DEL2. Accidentes de tráfico en temporada alta.

FOR2. Nivel de acceso a información.

VAL1. Formación de las mujeres.

VAL4. Igualdad de oportunidades para colectivos desfavorecidos.

Indicadores de respuesta.

INTCUL2. Participación activa de la comunidad local en la puesta en valor de los recursos culturales.

INTCUL3. Satisfacción de la comunidad local por el mantenimiento de esas costumbres y tradiciones.

INTCUL4. Mejora de la percepción e identidad del territorio

INT5. Grado de aceptación de las culturas emisoras.

INT6. Grado de saturación de las comunidades locales respecto a la recepción de visitantes.

INT7. Cambios culturales inducidos por los visitantes.

EDEM7. Percepción de la población local respecto a las ventajas o inconvenientes de tener una población más joven.

ESTEMP2. Satisfacción de la población que ha cambiado de actividad.

INFRA3. Grado de participación en actividades culturales.

VAL2. Percepción de los representantes de la comunidad y de la población respecto a su participación en la planificación y gestión de la actividad turística.

VAL3. Nivel de asociacionismo del empresario turístico local.

Los indicadores de impacto seleccionados se relacionan con lo que Sancho A. y García G. (2006) denominan “Indicadores de utilidad” que miden los impactos que han contribuido a las necesidades del área, y que Márquez Fernández et al (2005) los define como “impactos del programa que han contribuido a las necesidades del área, sector o grupo de población”.

Sancho, A. distingue entre “indicadores objetivos” e “indicadores subjetivos”. Se han publicado numerosos estudios que han orientado la metodología a reducir al máximo la subjetividad de los resultados. Pero la

reducción de la subjetividad no debe ser una prioridad absoluta cuando se tratan ciencias sociales en las que el comportamiento humano marca las pautas, y ese comportamiento no se puede evaluar sólo con indicadores objetivos, es necesario que el sistema permita la interpretación de los datos en función de distintas circunstancias territoriales. El objetivo es combinar métodos cuantitativos con métodos cualitativos. Los indicadores no siempre pueden limitarse a datos estadísticos cuantitativos; en ocasiones, pueden abarcar también valoraciones cualitativas o supuestos lógicos (MAGRAMA, 2006, pág. 7), y las fuentes de información estadísticas deben ser complementadas con otras de carácter cualitativo (Navarro Valverde, Cejudo García, & Maroto Martos, 2012, pág. 373). La evaluación supone hacer juicios sobre los resultados de alguna clase de indicadores, esto se hace recolectando y analizando información y juzgando el valor de algunas cosas, para realizar informes que permitan tomar decisiones en el futuro (Hall C. , 2008, p. 128). La influencia de los factores socioculturales de la actividad turística es, en general, la más difícil de medir y cuantificar (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993, p. 180). El impacto social requiere de una metodología cualitativa con un alto componente de subjetividad de la que todavía existen pocas experiencias que se hayan probado eficaces.

4.2. LOS INDICADORES DE RESPUESTA

Los indicadores de respuesta representan el grado en que la sociedad responde al desarrollo turístico, y comprenden la actitud de los residentes, de las empresas y de todos los agentes sociales implicados. Un municipio es un grupo social, y este no puede desarrollarse, si la mayoría de sus integrantes no participan del proyecto común. Esta participación implica varios aspectos como la identidad territorial y el compromiso con el lugar de residencia. En el caso del desarrollo turístico, requiere una creencia firme en su capacidad para generar beneficios socioeconómicos, ya que la actitud de la comunidad residente hacia el turista es uno de los factores más importantes que han influido en el desarrollo turísticos (Gunn, 2002, p. 67). Los indicadores de respuesta miden la receptividad de un destino a un plan de desarrollo y su medida y corrección a priori es necesaria para su éxito.

La responsabilidad tiene dos niveles jerárquicos, por un lado, es necesario que los gestores (sector público y privado) apuesten por un desarrollo turístico sostenible como un motor que apoye al desarrollo socioeconómico, pero su esfuerzo no servirá de nada si sus proyectos no son compartidos y apoyados por los ciudadanos. “Para que el desarrollo turístico tenga éxito, el sector público y los gestores, deben esforzarse por conseguir cuatro metas: mejora de la satisfacción del visitante, mejora de la economía y el éxito de los negocios, uso sostenible de los recursos y una integración comunitaria y espacial” (Gunn, 2002, p. 105). Esto que parece algo muy elemental, no siempre es posible, ya que cada acción se frustra por la cantidad de participantes que tienen sus objetivos particulares distintos del objetivo común. “El desarrollo turístico debe incorporar todos los niveles y todos los participantes involucrados en todas las facetas públicas y privadas del turismo” (Gunn, 2002, p. 106).

El concepto de sinergia representa que el efecto total de la suma de las partes es mayor que la suma de cada uno de los efectos individuales. En un destino turístico, las estrategias, herramientas y técnicas son normalmente elegidas de acuerdo a las características locales, la naturaleza del problema de planificación y la aceptabilidad de cada instrumento. La estrategia turística debe dar relevancia del papel de la relación entre los agentes y la colaboración en la planificación turística, “la planificación turística tiene que buscar acomodo entre varios agentes e intereses en el desarrollo turístico y llegar a un resultado que sea aceptado por todos los agentes, incluida gran parte de la comunidad” (Hall C. , 2008, p. 218)

Los conflictos deben ser eliminados o minimizados mediante la argumentación, la negociación y la persuasión comprendiendo que es bueno para toda la comunidad, la competitividad y el desarrollo regional. Las redes de trabajo, los clúster y la resolución de conflictos son tres esferas en las cuales la planificación turística es especialmente activa trabajando con las relaciones entre los agentes planificadores. Esto es necesario, porque al igual que los turistas, la comunidad de acogida es heterogénea, suele tener grupos con distintas escalas de valores, posiciones políticas y actitudes ante fenómenos socioculturales como el turismo, Mason (2003, p. 86) afirma que la actitud del gobierno debe ser mas tendente a promover que a regular, aunque en algunos niveles se deben hacer las dos cosas.

4.3. LOS INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN AREAS RURALES

Los datos históricos existentes sobre el territorio objeto de estudio de esta tesis son escasos y poco útiles para medir la evolución del desarrollo turístico, no existen indicadores de base que permitan hacer comparaciones temporales o espaciales, dice Hall (2008, p. 129) que los indicadores de sostenibilidad son más valiosos cuando miden una nación, región, comunidad, o plaza a lo largo del tiempo, aunque sirven también para hacer comparaciones entre diferentes regiones. Como afirma Hall (2008, p. 129) “los indicadores de sostenibilidad sirven para hacer un chequeo que asegure que la estrategia, la planificación y la gestión del proceso se mueven en la dirección deseada, y las agencias e individuos son responsables en sus decisiones y acciones”.

Una de las grandes dificultades para la valoración de los impactos del turismo, es la creación de una base de datos apropiada para realizar observaciones prácticas y fiables. Esta deficiencia se debe al gran número de variables que deben tenerse en cuenta a la hora de determinar el impacto del turismo. En las ciencias sociales existe una gran tradición en la medida de impactos económicos, pero no tanto de los sociales. En gran parte, la dificultad de cuantificar los impactos sociales y medioambientales ha retrasado el desarrollo de la metodología adecuada.

4.3.1. Consideraciones previas para la selección de indicadores útiles en las áreas rurales

En la práctica, los indicadores se enfrentan a varias limitaciones, “el indicador debe ser representativo, relevante, comprensible, predictivo, comparable, estable y tener una alta cobertura geográfica” (Atauri, De Lucio, & Castell, 2002). Un indicador debe ser representativo del objeto que se persigue, y mostrar información relevante. Debe ser comprensible, y para ello debe ser claro y de fácil conocimiento para los que vayan a hacer uso del mismo. Debe permitir realizar predicciones y comparaciones interterritoriales, y debe ser extensible a la escala del nivel territorial de análisis. “La utilidad y exactitud de los indicadores depende de su habilidad para crear *fotos* del sistema social, económico y medioambiental a la escala adecuada. Esas *fotos* deben ser adecuadas a la escala

en la que se produce la evaluación y para las metas y objetivos desarrollados” (Hall C. , 2008, p. 129)

TABLA 4. 3. Criterios de desarrollo de los indicadores

CRITERIOS DE DESARROLLO	COMO DEBEN SER
Reconocimiento de una escala y su relación con otras.	Apropiados para su escala (especial y temporal).
Relevancia del objetivo principal para valorar el proceso del desarrollo sostenible.	Relacionables claramente con metas y objetivos.
Entendible, claro, simple y sin ambigüedades.	Directamente observables. Relativamente fáciles de medir. Reflejo comprensible de la función y el tipo de indicador en el nombre del mismo.
Realista en la capacidad del gobierno, las organizaciones y las comunidades, dentro de su lógica, tiempo, técnica y otras restricciones	Comprendido por el grupo de agentes respecto a la implementación y la comprensión de lo que los indicadores realmente significan. Susceptibles (fácil) de manejar
Bien fundamentados contextualmente.	
Número limitado y adaptable a futuros desarrollos.	Dinámicos y adaptables a los cambios en las condiciones.
Que cubran ampliamente todos los aspectos de desarrollo sostenible.	Incluir parámetros sociales, culturales, económicos y físicos. Reflejar regiones ecológicas (bio-regional o watershed boundaries), no solo los límites institucionales o administrativos Abarcar una estructura, funcionalidad, y composición de atributos del ecosistema.
Representativos de un consenso internacional lo mas extensor posible.	
Viables en el sentido de coste beneficio	

Fuente. Elaboración propia a partir de Hall (2008, p. 129 y 206):

Estas características expuestas consiguen que el indicador sea “aquello que un decisor necesita saber para reducir el riesgo de inconscientemente tomar malas decisiones” (OMT, 1993, p. 8). En aras de dotarlo de una “validez científica”

(Atauri, De Lucio, & Castell, 2002, pág. 65), se ha desarrollado el análisis empírico del *capítulo 6*, siguiendo unos pasos metodológicos lógicos y secuenciados, de tal manera, que la información es tratada en un marco “bien fundamentado contextualmente” (Hall C. , 2008, pág. 129).

Se parte de la idea de que las cantidades de dinero invertidas o el número de empresas creadas no reflejan por si solas un beneficio social o económico, nada indica a priori que vayan a revertir sobre la población y vayan a “cubrir ampliamente todos los aspectos del desarrollo sostenible” (Hall C. , 2008, pág. 129). Por eso se entenderán los indicadores como reflejo de situaciones más relacionadas directamente con el desarrollo turístico, y no como la mera contabilización de datos aislados. No existen datos útiles para medir los indicadores de impacto, por lo que esta investigación se centra en los indicadores de respuesta. Se ha partido de la consideración de que la actitud de los residentes y grupos gestores ante el desarrollo turístico de sus municipios, condiciona el alcance de sus efectos. Esta actitud se va a recoger en los indicadores de respuesta, que representan el marco social que condiciona el desarrollo turístico, y si bien en este estudio se han medido después de la puesta en marcha de medidas de desarrollo turístico y como respuesta al mismo, son condicionantes que deberían estudiarse antes de tomar cualquier decisión, ya que la falta de un marco social adecuado puede invalidar el efecto de cualquier plan de desarrollo turístico.

La revisión de los indicadores del *apartado 4.1.2*. ha dado lugar a un listado amplio y complejo, y se ha constatado que los datos disponibles para destinos rurales suelen ser escasos, de poca calidad y poco actualizados. Para muchos de los indicadores no existen datos, y para su valoración se debe recurrir a fuentes primarias o a valoraciones subjetivas, en ocasiones los registros no coinciden con la realidad y están poco actualizados. La información disponible proveniente de fuentes oficiales no siempre de calidad debido a la existencia de una oferta no reglada y a que muchas veces los resultados están condicionados a intereses partidistas de quien los elabora. La disponibilidad de datos en cantidad y calidad es proporcional al tamaño de la unidad territorial de que se trate, existen más datos relativos a un nación, que a una Comunidad Autónoma, y así sucesivamente, de tal manera, que los datos disponibles para pequeñas localidades rurales son muy escasos y de poca calidad, y no está suficientemente

actualizados. Los municipios que integran el Valle de Ricote son municipios pequeños que oscilan entre los 13.000 habitantes de Abarán y los poco más de 500 de Ojós, muchos de los datos registrados en estadísticas oficiales no están desglosados a niveles de municipios tan pequeños.

Se observa una gran dificultad para obtener datos fiables de los estudios de demanda, en algunas áreas, la dispersión geográfica y temporal de los turistas dificulta la realización de estudios de demanda eficaces, y la crisis económica ha inducido a disminuir los medios financieros utilizado por la administración pública para este fin. Otra de las grandes dificultades que tradicionalmente se ha señalado es la falta de credibilidad en la medida del turismo “porque el campo esta ambiguamente definido y porque los datos usados para estimar la magnitudes del estudio son sospechosos” (Smith, 1995, p. 15).

No existe un registro unificado que recoja la información de todos los indicadores existentes o de una parte importante de ellos, lo cual obliga a acudir a diversas fuentes de diversas instituciones.

Para los destinos turísticos incipientes no se dispone de medios técnicos reales suficientes para tratar de forma eficaz, una información tan amplia y compleja como la que se desprende de un sistema de indicadores turísticos completo, este problema se acentúa cuando se trata de áreas geográficas pequeñas. El sistema que más información aporta, es aquel que más variables puede procesar, pero a mayor número de variables, mayor necesidad de recursos técnicos para procesarlas y mayor coste. El resultado debe presentarse de forma entendible, manejable y útil. Es cierto que el mundo está actualmente ante un cambio de paradigma científico, y que se observa un paso del reduccionismo al holismo y las, casi infinitas, posibilidades que ofrece la tecnología llevan al desarrollo de las ciencias complejas. Pero esto no es una realidad en todos los casos, en la práctica nos encontramos con soluciones técnicas limitadas y con la necesidad de reducir la información a una cantidad y calidad apta para ser interpretada por la mente humana. Por otro lado, la información disponible para alimentar el sistema de indicadores, no siempre es la adecuada. De esta manera, la existencia de un sistema que procese una gran cantidad de variables útiles y que permita varias alternativas interpretables, es todavía una ilusión. Actualmente el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (itrem) está

trabajando en un proyecto⁴³ (NEXO) de monitorización de destinos que permita conocer las debilidades y fortalezas y actuar con agilidad estableciendo medidas correctoras, sentando la base de lo que hoy se considera un destino turístico inteligente⁴⁴.

Un sistema de indicadores trata de evaluar el impacto de una variable independiente sobre una o varias variables dependientes. En el caso del desarrollo turístico, la cantidad y variedad de variables dependientes es elevada y compleja, su efecto multiplicador se puede ramificar y causar efectos indirectos difíciles de localizar. Es, por tanto, difícil de establecer claramente la relación causa-efecto. El impacto no siempre es fácilmente visible y muchas veces es el efecto acumulativo de una serie de medidas, lo que dificulta su evaluación. Algunas variables no son “directamente observables”, ni “relativamente fáciles de medir” (Hall C. , 2008, pág. 206), por lo que se tiene que hacer un esfuerzo en obtenerlas y en algunos casos se debe renunciar a ellas. Para muchos de los registros no es posible desglosar los datos a nivel de actividades turísticas, con el agravante de que la delimitación de las actividades turísticas no está claramente definida en el sector turístico. En determinadas empresas (restauración, turismo activo...) características del sector no resulta fácil separar entre los servicios destinados a turistas y los servicios destinados a residentes, lo mismo ocurre con empresas no características del sector como el comercio. La actividad turística tiene un fuerte efecto multiplicador difícil de cuantificar, “el concepto del multiplicador se basa en la idea de que las ventas de una empresa requieren de las compras a otra dentro de la economía local” (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993, p. 132). No es fácil determinar si los efectos sobre los avances económicos y sociales de una zona han sido producidos por la actividad turística

⁴³ Esta información fue expuesta por el responsable de innovación del itrem durante la presentación del Plan de Marketing turístico 2004-2005 a la mesa de turismo el día 2 de octubre de 2014, y a la que asistió la autora de esta tesis.

⁴⁴ La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) define un destino inteligente como: "Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino" (SEGITTUR).

o por otro factor, y no es válido realizar un análisis *ceteris paribus*⁴⁵ al estilo del desarrollo de los modelos económicos.

En muchos de los registros estudiados no es posible desglosar los datos para territorios pequeños ni para determinadas agrupaciones que forman un destino turístico. Se encuentran estudios turísticos que utilizan distintas agrupaciones zonales para un mismo territorio. Existe cierta confusión a la hora de configurar el *Valle de Ricote*, así, se encuentran registros oficiales que consideran a Archena o a Cieza dentro del Valle. Ambas incursiones desvirtúan considerablemente la interpretación de los datos. El municipio de Cieza posee mayor población que la de los seis municipios juntos, y Archena basa su desarrollo turístico en un producto turístico de salud muy asentado y claramente diferenciado del producto turístico susceptible de ser ofrecido por el resto de municipios. Los distintos municipios no contemplan el Valle como un destino turístico único, y cada municipio elabora su propia política turística sin considerar las sinergias con otros lugares.

Los destinos rurales no tienen los mismos problemas que el turismo de litoral. En España, el turismo de *sol y playa* es un turismo generalmente masificado, pero el turismo rural, salvo excepciones en determinados parques nacionales o en determinadas regiones y épocas, no es un turismo de masas, por lo que sus problemas no están en la capacidad de carga⁴⁶, ni en la aculturación del residente.

Llegados a este punto, el primer reto que se plantea es la recogida de información condicionada por las limitaciones expuestas anteriormente. Por tanto, el primer objetivo es clasificar los indicadores de respuesta en función de la fuente de información que se van a utilizar complementariamente a las fuentes secundarias (que como se ha indicado, son escasas). “En el desarrollo de

⁴⁵ La cláusula *ceteris paribus* utilizada en los modelos de teoría económica implica que dados varios factores que influyen en un fenómeno, se estudia el comportamiento del fenómeno considerando que varía uno de los factores permaneciendo el resto constantes.

⁴⁶ Se entiende por capacidad de carga el número máximo de visitantes que puede contener un determinado destino o lugar turístico, más allá del cual los impactos generados por la actividad podrían afectar o incluso destruir la base de recursos que sustentan la corriente de atracción (Vera, López Palomeque, Marchena, & Antón Clavé, 2011, pág. 424)

estrategias y políticas turísticas se deben tenerse en cuenta los puntos de vista de numerosos participantes incluida la industria, residentes, grupos representantes de interés medioambiental y comunitario y turistas”⁴⁷ (Getz & Timur, 2005, p. 230) La información que se precisa puede provenir de cinco tipos de fuentes primarias: observación directa, gestores, empresarios, residentes, y visitantes, según se desarrolla en el *capítulo* 6 de esta tesis

Se han depurado aquellas variables difíciles de obtener en el sentido de coste beneficio ya que “el rol de un indicador es hacer un sistema complejo entendible y perceptible” (Hall C. , 2008, p. 129). No se puede olvidar que “en el diseño de sistemas de indicadores se corre el riesgo de proponer listas exhaustivas (...), es necesario proceder a una selección de los mismos, de modo que se obtenga un número reducido que maximice la información y minimice el coste” (Atauri, De Lucio, & Castell, 2002, pág. 65). Para ello se someterán a los indicadores a un test que valore:

- a) Coste-eficiencia. Ha de ser eficiente en términos de coste de obtención de datos y de uso de la información que aporta
- b) Fiabilidad. La información debe provenir de fuentes fidedignas

Los indicadores son un medio de simplificar una realidad compleja centrándose en ciertos aspectos relevantes, de manera que queda reducida a un número manejable de parámetros (Tolón Becerra, Lastra Bravo, & Ramirez Román, 2007, pág. 3). Los indicadores cuantificables nos permiten acudir a fuentes ciertas de información mientras que los no cuantificables exigen otro tipo de pruebas más subjetivas para su valoración. Siguiendo este proceso, se han elaborado las encuestas y entrevistas incluidas en los *anexos* 2, 3, y 4.

⁴⁷ Esta idea se basa en la teoría de “stakeholder” iniciada por Freeman en 1984 que definía una organización como un conjunto de individuos que afecta y es afectado por la misma, y cualquier negocio debe tener en cuenta los intereses de los grupos afectados.

5. ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO RURAL

En este capítulo se analiza el turismo rural en tres niveles espaciales: nacional (España), regional (Región de Murcia) y local (*Valle de Ricote*). En todos los casos se han hecho dos tipos de análisis:

- Análisis cuantitativo. El análisis cuantitativo se divide a su vez en un análisis estático y en otro dinámico. En el análisis estático se estudia la dimensión del sector en un momento de tiempo determinado, mientras que en el dinámico se estudia su evolución en el tiempo; ambos se basan en estadísticas y estudios oficiales de oferta y demanda turística.

- Análisis cualitativo. Se estudian las características de la oferta y la demanda de turismo rural en los tres niveles señalados. La información se basa en estudios e informes oficiales.

5.1. EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

La demanda de turismo rural en España creció significativamente durante los primeros años del siglo XXI (2001/ 2006), el producto parecía consolidarse incluso en aquellas provincias con una fuerte oferta de *sol y playa*. Las perspectivas sobre su futuro se auguraban muy positivas, como afirmaba Fuentes García (2005, pág. 499) “ya pasaron aquellos años en los cuales se observaba al turismo rural como un elemento de política económica sin importancia real, y actualmente el turismo rural representa en muchos de nuestros territorios el principal generador de empleo y riqueza”. Muchos expertos se aventuraron a predecir el papel de este producto turístico como uno de los motores de la actividad turística y un sólido complemento al modelo de *sol y playa*, pero quizás era más adecuado considerar que la senda de crecimiento de cualquier fenómeno nuevo, siempre es más extensa que la de los productos ya consolidado. En los últimos años, la demanda de turismo rural en el territorio nacional ha seguido una evolución descendente.

Para corroborar esa información se puede acudir a diversas estadísticas e informes oficiales. El Instituto de Estudios Turísticos (IET) dependiente de Turespaña recoge estadísticas y realiza informes periódicos sobre el movimiento de turistas en España. Las fuentes más significativas que utiliza son la encuesta de los movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR), y la encuesta de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR). FAMILITUR cuantifica los flujos de viajeros residentes en España entre las distintas Comunidades Autónomas y hacia el extranjero y caracteriza los viajes realizados en función de los aspectos más relevantes, como el motivo, la duración de la estancia, el tipo de alojamiento o el medio de transporte (Instituto de Turismo de España). Por su parte, FRONTUR contabiliza el número de personas que cruzan las fronteras, y realiza encuestas a una muestra de estas personas para averiguar sus características, entre las que se encuentran el país de residencia, la Comunidad Autónoma de destino, la duración de la estancia, el alojamiento o el motivo del viaje (Instituto de turismo de España). La información recogida en los informes del IET no se presenta por producto turístico.

El Instituto de Turismo de España también elabora ocasionalmente informes relacionados con algunos de los subsectores turísticos. En el año 2014 el ITE presentó un Plan Integral de Turismo Rural (PITR) con el objetivo de impulsar un tipo de turismo internacional que pudiera ayudar a diversificar una oferta turística centrada casi exclusivamente en el turismo de *sol y playa*. El PITR (2014, pág. 6) reconoce que a partir de los años 2006 y 2007 la oferta evoluciona con mayor intensidad que la demanda, que ha llegado a contraerse. La crisis económica financiera comenzada en el año 2007 ha provocado la caída de la demanda nacional que es la que sustentaba el sector, y ha provocado un desajuste entre la oferta y la demanda.

Otra forma de comprobarlo es acudiendo a las estadísticas publicadas por el INE y que se basan en la *Encuesta de Ocupación de Alojamientos Rurales* cuyos datos se elaboran con la información suministrada mensualmente por los alojamientos de turismo rural que obligatoriamente tienen que estar inscritos en el correspondiente *Registro de Alojamientos Turísticos* de cada Comunidad Autónoma. Las variables que se recogen se pueden clasificar en tres categorías

según estén relacionadas con la demanda, la oferta o el empleo. Entre las variables que miden la demanda se encuentran:

- *Viajeros entrados*: Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento. Los viajeros se clasifican en función de su residencia, y en el caso de los españoles, se solicita información sobre la Comunidad Autónoma de procedencia.

- *Pernoctaciones*: cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento.

- *Estancia media*: aproximación del número de días, que por término medio, los viajeros permanecen en los establecimientos y se calcula como un cociente entre las pernoctaciones y el número de plazas.

- *Grado de ocupación por plazas*: relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el número de las plazas ofertadas en un periodo de tiempo.

Las variables que representan la oferta son:

- *Alojamientos de turismo rural*: número de alojamientos de turismo rural abiertos en temporada.

- *Plazas estimadas*: número de plazas estimadas por el número de alojamientos de turismo rural abiertos en temporada.

El empleo está representado por las variables *personas ocupadas* que recoge el conjunto de personas, remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante la aportación de su trabajo, a la producción de bienes y servicios en el establecimiento.

Para estudiar la demanda de alojamientos rurales la variable *pernoctaciones* es más representativa que la de *viajeros entrados*, ya que multiplica a los viajeros entrados por el número de noches que han dormido en el establecimiento, y es una medida más exacta de cuantificación.

Durante los primeros años del siglo XXI, las tasas de crecimiento de la demanda de pernoctaciones en alojamientos de turismo rural fueron muy elevadas, oscilando entre el 11% y el 23% anual. Este ritmo se vio drásticamente frenado con la llegada de la crisis económica financiera del 2007, pero no se puede

achacar la caída exclusivamente a esta crisis. Si se observa la demanda del resto de alojamientos turísticos (*tabla 5.1*), todos se han visto afectados por la crisis, pero el comportamiento de los alojamientos hoteleros (que representan más del 70% del sector) ha oscilado menos a pesar de ser una oferta consolidada, y sigue ganando cuotas de mercado a partir del año 2011. Sin embargo, las tasas de variación de la demanda de alojamientos rurales, que se tornaron negativas en el año 2008, difícilmente consiguen escapar de ese signo. En el año 2013 se produce una tasa de variación negativa de las pernoctaciones en alojamientos rurales del 7,82 %⁴⁸; una caída de esta magnitud no se había producido desde antes de la entrada en vigor la iniciativa LEADER de desarrollo rural. Pero hay otro dato significativo, y es que el peso proporcional del número de pernoctaciones en alojamientos rurales sobre el total de pernoctaciones en alojamientos turísticos ha disminuido en los últimos años (del 2,27% en el año 2009 al 1,78% en el 2013). La *tabla 5.1* muestra ese descenso de la demanda a través de la evolución de las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural desde el año 2001 al 2013 respecto del resto de alojamientos turísticos.

⁴⁸ Se ha de aclarar que los datos publicados por el INE desde el año 2013 no son directamente comparables con los del año anterior, debido a una actualización realizada en el directorio de establecimientos de la Región de Murcia. El INE ha elaborado unos coeficientes de enlace para corregir este error. En el caso del total nacional no se ha aplicado este coeficiente debido a que por el poco peso del turismo rural de la Región de Murcia en el total nacional, este cambio tiene poca influencia. Se ha estimado que la cifra de variación anual 2012-213 pasaría del - 7,82% al - 7,24%, es decir, 58 centésimas que no desvirtúan en nada el análisis realizado.

A lo largo del periodo de estudio se han realizado 7 variaciones en 7 Comunidades Autónomas. Si se incluyen todas estas variaciones se añadiría complejidad al análisis y no se aportaría información relevante, ya que el efecto de cada una de estas variaciones sobre el total no es significativo. Cuando se realice el análisis de la Región de Murcia si se tendrán en cuenta estos coeficientes de enlace, ya que este caso el efecto si es relevante.

TABLA 5. 1. Evolución de la demanda de alojamientos turísticos en España por tipo de establecimiento. Serie 2001-2013.

Año	Alojamientos rurales			Alojamientos hoteleros			Acampamentos			Apartamentos			TOTAL
	Pernoctaciones	Variación anual	% sobre total	Pernoctaciones	Variación anual	% sobre total	Pernoctaciones	Variación anual	% sobre total	Pernoctaciones	Variación anual	% sobre total	
2001	3.544.829		1,02%	228.681.569		65,62%	30.600.742		8,78%	85.646.254		24,58%	348.473.394
2002	4.015.173	13,27%	1,19%	222.554.781	-2,68%	65,69%	31.272.685	2,20%	9,23%	80.953.868	-5,48%	23,89%	338.796.507
2003	4.476.140	11,48%	1,31%	228.160.907	2,52%	66,61%	31.115.205	-0,50%	9,08%	78.788.632	-2,67%	23,00%	342.540.884
2004	5.492.514	22,71%	1,59%	234.697.164	2,86%	68,13%	30.418.990	-2,24%	8,83%	73.871.779	-6,24%	21,44%	344.480.447
2005	6.306.330	14,82%	1,78%	245.637.158	4,66%	69,51%	31.182.401	2,51%	8,82%	70.266.523	-4,88%	19,88%	353.392.412
2006	7.438.382	17,95%	1,96%	267.027.858	8,71%	70,43%	31.922.171	2,37%	8,42%	72.767.274	3,56%	19,19%	379.155.685
2007	7.938.622	6,73%	2,08%	271.689.482	1,75%	71,19%	31.334.732	-1,84%	8,21%	70.667.472	-2,89%	18,52%	381.630.308
2008	7.843.924	-1,19%	2,09%	268.551.840	-1,15%	71,46%	31.070.450	-0,84%	8,27%	68.349.031	-3,28%	18,19%	375.815.245
2009	7.920.437	0,98%	2,27%	250.984.811	-6,54%	72,01%	30.519.282	-1,77%	8,76%	59.129.930	-13,49%	16,96%	348.554.460
2010	7.659.782	-3,29%	2,10%	267.801.274	6,70%	73,26%	30.809.193	0,95%	8,43%	59.291.296	0,27%	16,22%	365.561.545
2011	7.696.369	0,48%	1,97%	286.761.259	7,08%	73,55%	31.669.964	2,79%	8,12%	63.749.113	7,52%	16,35%	389.876.705
2012	7.527.374	-2,50%	1,97%	280.659.548	-1,88%	73,34%	31.338.613	-1,05%	8,19%	63.145.440	-0,95%	16,50%	382.670.975
2013	6.938.029	-7,82%	1,78%	286.030.159	1,91%	73,48%	31.376.344	-0,12%	8,06%	64.867.453	2,72%	16,67%	389.211.985

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE

En la *figura 5.1* se observa gráficamente como cae la demanda de alojamientos rurales a partir del año 2007, y como su peso disminuye respecto al peso del resto de alojamientos turísticos en España.

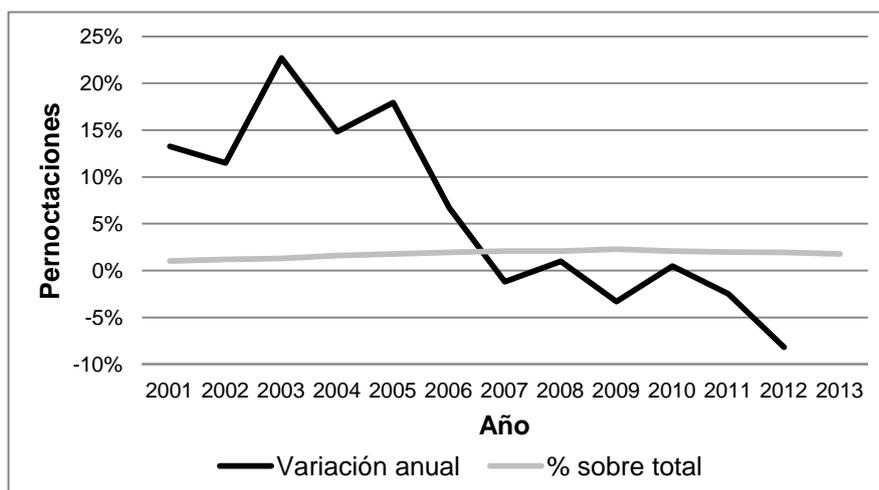


FIGURA 5. 1. Variación anual y porcentaje de la demanda de alojamientos rurales sobre el total de la demanda de alojamientos turísticos en España. Serie. 2001-2013.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

El turista rural en España es mayoritariamente de procedencia nacional, el 75,35 % de las pernoctaciones que se produjeron en el año 2013 son generadas por el turismo interno⁴⁹, y el resto provienen del turismo receptor⁵⁰. Alemania, Inglaterra y Francia, son por ese orden los principales mercados emisores de turismo rural hacia España.

La caída de pernoctaciones se ha producido por la disminución de la estancia media que ha seguido una senda descendente continua desde el año 2006 pasando del 3,07 días de estancia media en 2006 a 2,76 días en 2013, esto representa una bajada del 10%. Por el contrario, el número de turistas no ha descendido durante ese periodo de tiempo; tal y como reflejan la *tabla 5.2*, y las

⁴⁹ El turismo interno de un país dado es el turismo de los residentes de un país dado que viajan dentro de ese país.

⁵⁰ El turismo receptor de un país dado es el turismo de los no residentes del país dado que viajan por este.

figuras 5.2 y 5.3, el número de turistas permanece más o menos estable, pero disminuye la estancia media

TABLA 5. 2. Evolución de la estancia media y el nº de viajeros en alojamientos rurales en España. Serie 2006-20013

Año	Estancia	
	media	nº de viajeros
2006	3,07	2.425.429
2007	3,00	2.645.237
2008	2,99	2.623.351
2009	2,92	2.714.265
2010	2,88	2.647.370
2011	2,83	2.715.986
2012	2,82	2.670.368
2013	2,76	2.509.509

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

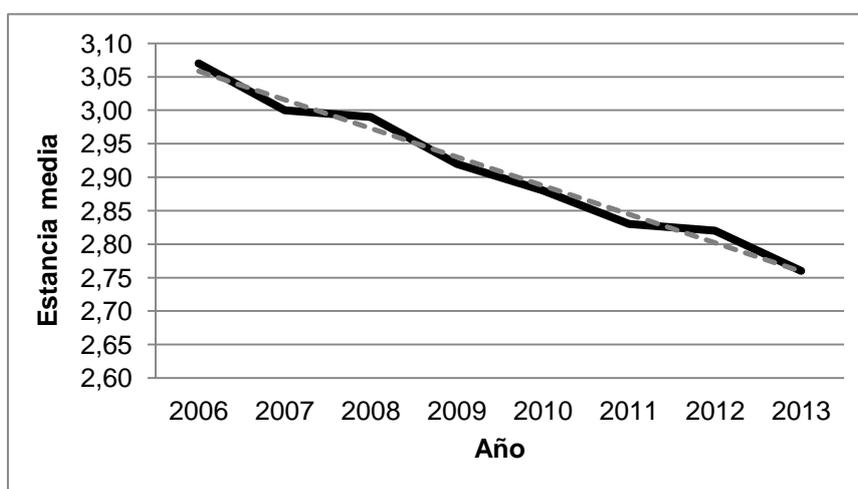


FIGURA 5. 2. Evolución de la estancia media en alojamientos de turismo rural en España. Serie 2006-2013.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

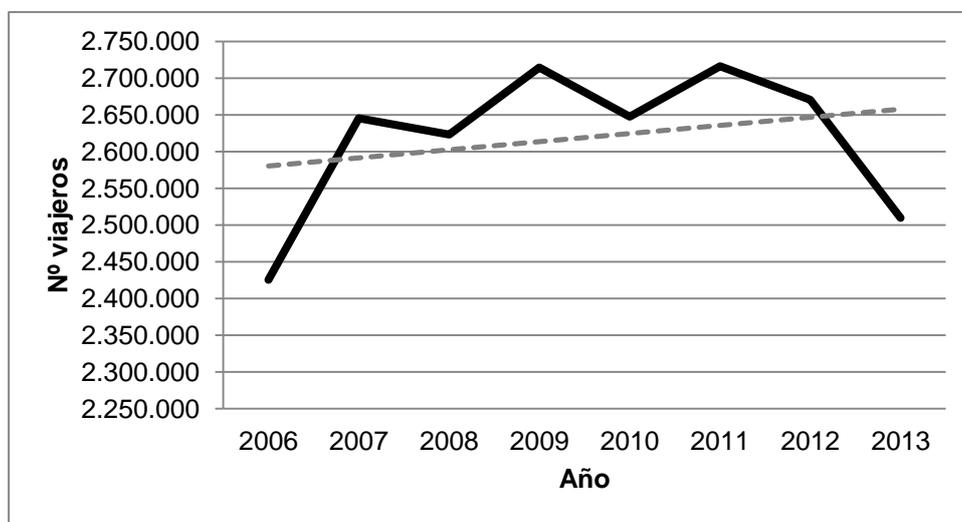


FIGURA 5. 3. Evolución del número de viajeros en alojamientos de turismo rural en España. Serie 2006-2013

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE

Por su parte, la oferta de turismo rural no ha seguido la misma senda que la demanda, mientras esta se ha estancando e incluso ha disminuido a partir del año 2007, la oferta no ha dejado de crecer, creando una anomalía de exceso de oferta en el mercado lo cual ha desembocado en una caída continua de la tasa de ocupación de alojamientos rurales (disminución del 41,77% en el periodo 2001-2013) que se situó en el año 2013 en un 13,44%, cuando el resto de alojamientos se mueven en cifras muy superiores; la tasa de ocupación de los establecimientos hoteleros ronda el 54%, los apartamentos el 39% y los acampamentos turísticos el 36%. Según la teoría microeconómica de la oferta y la demanda, es lógico que los mercados se ajusten, y que la oferta disminuya ante una contracción de la demanda, pero este efecto esperado no se ha producido, y no parece que la tasa actual sea un situación de equilibrio, los ajustes microeconómicos son lentos en el tiempo, y sus efectos no se observan en el corto plazo, pero hasta el año 2013 no se ha visto una tasa de crecimiento negativa de la oferta, y habrá que esperar unos años para poder constatar si esta caída marca una tendencia de ajuste o no. La tendencia de la tasas de ocupación del año 2014 parece positiva, según la *Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos y Extrahoteleros*, esta ha aumentado un 7,1% respecto de agosto del 2013 (INE, 2014). La *tabla 5.3* muestra la evolución de las tasas de ocupación en alojamientos rurales durante el periodo 2001 y 2013.

TABLA 5. 3. Evolución de la tasa de ocupación por plazas en alojamientos rurales en España. Serie 2001-2013.

Año	Grado de ocupación por plaza
2001	23,08
2002	21,75
2003	20,23
2004	20,75
2005	20,28
2006	20,94
2007	20,76
2008	18,42
2009	16,96
2010	15,72
2011	15,11
2012	14,28
2013	13,43

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE

En la *tabla 5.4* se puede observar ese crecimiento continuo de la oferta de plazas de alojamiento rural, que sólo se ve frenada en el año 2013.

TABLA 5. 4. Evolución de la oferta de plazas de alojamientos rurales en España. Serie 2001-2013.

Año	Plazas ofrecidas	Variación anual
2001	42.925	
2002	51.010	18,83%
2003	59.884	17,40%
2004	71.488	19,38%
2005	83.916	17,38%
2006	95.906	14,29%
2007	103.313	7,72%
2008	114.766	11,09%
2009	126.222	9,98%
2010	130.882	3,69%
2011	137.761	5,26%
2012	142.468	3,42%
2013	139.828	-2,25%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

En la figura 5.4 se reflejan de forma conjunta la evolución de la oferta y la demanda de alojamientos de turismo rural en España, y se observa cómo, mientras la demanda se estanca y decrece a partir del año 2007, la oferta no ha parado de crecer (excepto la tasa negativa del año 2013), y arroja en el periodo 2001-2013 un crecimiento acumulado del 225,74%.

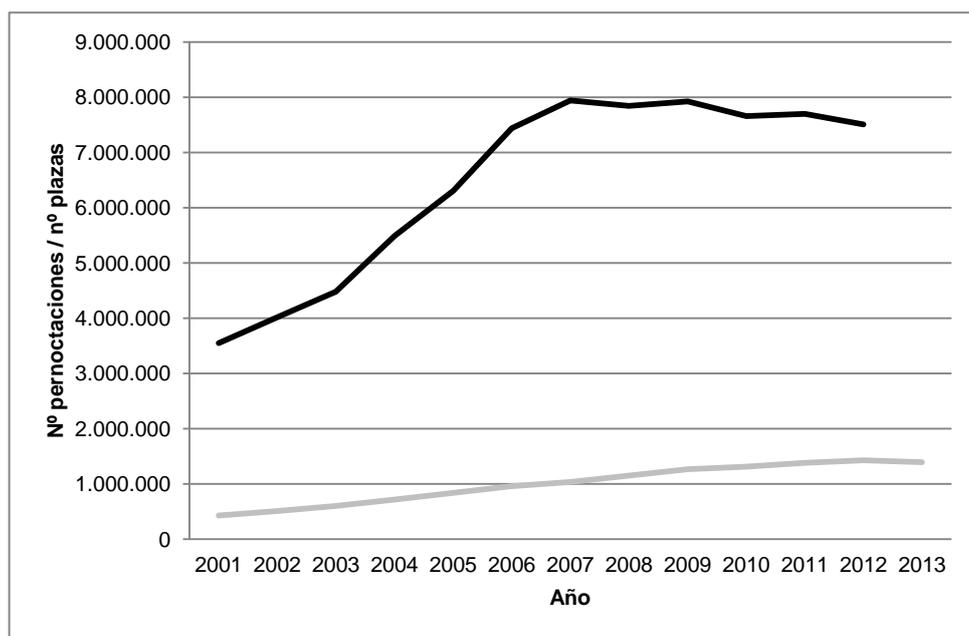


FIGURA 5. 4. Evolución de la oferta y la demanda de turismo rural en España. Serie 2001-2013 El número de plazas ofertadas ha sido multiplicado por 10 para ampliar la escala, con el objeto de que la interpretación gráfica se más clara.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

Como se refleja en la *figura 5.5* y en la *tabla 5.5*, Castilla y León es la Comunidad Autónoma que mayor porcentaje de demanda de turismo rural absorbe. La Región de Murcia sólo representa el 1,39% de la demanda nacional.

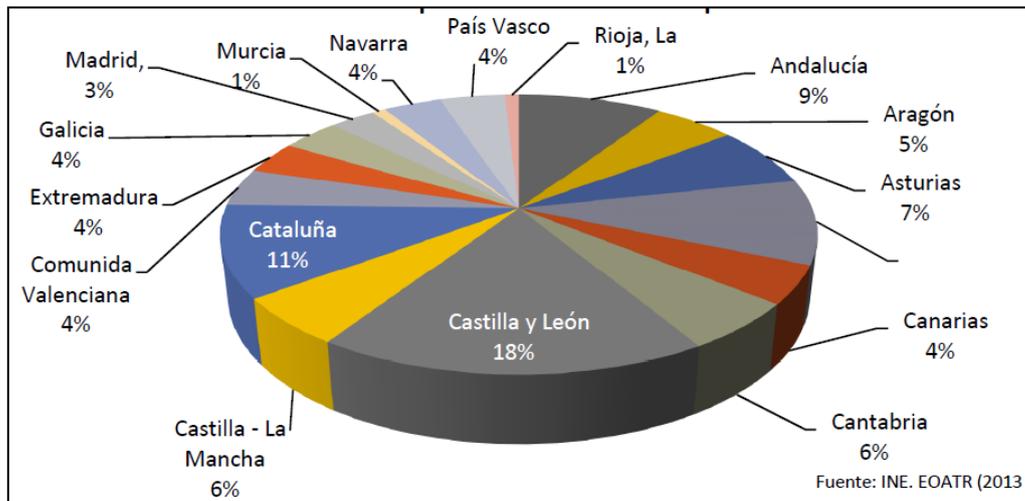


FIGURA 5. 5. Distribución de pernoctaciones totales por CCAA. Año 2013.

Fuente. Instituto de Turismo de España.

TABLA 5. 5. Número de viajeros, pernотaciones y estancia media en alojamientos de turismo rural por Comunidad Autónoma y lugar de residencia. Año 2013.

Comunidades y ciudades autónomas	Total	Viajeros		Total	Pernотaciones		Estancia media
		Residentes España	Residentes Extranjero		Residentes España	Residentes Extranjero	
TOTAL	2.509.509	2.109.477	400.033	6.938.029	5.228.255	1.709.775	2,76
Andalucía	185.647	133.582	52.065	640.441	352.395	288.049	3,45
Aragón	121.798	108.744	13.053	363.306	310.262	53.044	2,98
Asturias, Principado de	146.202	136.840	9.362	492.614	460.141	32.474	3,37
Balears, Illes	151.488	20.865	130.626	676.026	63.948	612.077	4,46
Canarias	57.920	19.419	38.503	307.708	67.853	239.854	5,31
Cantabria	150.296	132.960	17.336	385.215	337.145	48.070	2,56
Castilla y León	550.666	515.060	35.604	1.237.830	1.163.410	74.422	2,25
Castilla-La Mancha	159.888	155.865	4.024	385.859	368.925	16.935	2,41
Cataluña	268.491	235.756	32.735	746.419	587.540	158.876	2,78
Comunitat Valenciana	101.343	95.210	6.132	309.391	270.064	39.328	3,05
Extremadura	112.876	107.046	5.831	257.459	240.310	17.149	2,28
Galicia	129.179	107.006	22.174	259.151	218.069	41.080	2,01
Madrid, Comunidad de	118.678	113.123	5.554	201.741	187.199	14.543	1,70
Murcia, Región de	26.308	24.579	1.726	61.246	56.648	4.600	2,33
Navarra, Comunidad Foral de	87.194	80.041	7.154	257.489	241.262	16.227	2,95
País Vasco	115.596	99.060	16.537	294.207	244.878	49.328	2,55
Rioja, La	25.939	24.325	1.614	61.921	58.201	3.720	2,39

Fuente. INE

5.2. EL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA

En el año 2001, el sector servicios ya representaba casi un 40% de ocupación en municipios de menos de 10.000 habitantes en la Región de Murcia⁵¹. La tercerización (fruto de la diversificación) de las zonas rurales ha contribuido a su dinamización a través de la creación de empleo y de complementos para las rentas agrícolas. Diversificar la economía implica la creación de nuevos instrumentos e instituciones adecuadas a ese nuevo objetivo, así como programas de desarrollo local adaptados a las realidades locales. En la Región de Murcia, estos programas han sido tendentes a “mantener un mundo rural emprendedor, dinámico y vivo” (CARM, 2010, pág. 144) y se han dirigido a complementar las rentas tradicionales de la población. El desarrollo rural de una región supone revalorizar todos sus recursos: “espacio natural y belleza del paisaje, productos agrícolas y forestales específicos de calidad, especialidades gastronómicas, tradiciones culturales y artesanales, patrimonio arquitectónico y artístico, ideas innovadoras, disponibilidades de mano de obra e industrias y servicios ya existentes” (CARM, 2010, pág. 144). El turismo ha sido uno de los grandes protagonistas de esta tercerización del mundo rural, pero no parece haber tenido el efecto esperado.

El Programa de desarrollo rural de la Región de Murcia 2010-2013 reconoce que la agricultura está en recesión en algunas zonas, y que lo podrá estar mucho más en los próximos años dado el alto índice de envejecimiento de los agricultores y el escaso número de jóvenes dispuestos a sustituirlos, y afirma que “el empleo no agrícola en las zonas rurales es cada vez más un elemento generalizador de la evolución y de la estructura económica de estas zonas, lo que en muchos territorios ha supuesto un contrapeso a los problemas de incertidumbre de la actividad agrícola” (CARM, 2010, pág. 122).

⁵¹ Según datos de la EPA de municipios y Censo de 2001

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia en colaboración con el Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia elabora de forma periódica estadísticas de oferta y demanda de alojamientos rurales, sus datos, al igual que los del INE proceden de *la Encuesta de Ocupación Hotelera de la Región de Murcia*, y según informa en su página web las cifras pueden tener ciertas diferencias con los datos que publica el INE (Instituto de Turismo de la Región de Murcia, 2014). Cada año, también elaboran varios informes de demanda que recogen características del turista, estos informes se hacen por producto turístico; todos los años se estudia el producto *sol y playa* más alguno de los otros productos turísticos de la Región, el último estudio de demanda que se realizó de turismo rural es del año 2013.

En la Región de Murcia, la demanda de alojamientos de turismo rural ha seguido una senda similar a la nacional, si bien, en el año 2012 se observa una marcada recuperación, pero esta es debido a la aplicación de correctores de enlace por una actualización del directorio de establecimientos de la Región de Murcia.

TABLA 5. 6. Evolución de la demanda de turismo rural en la Región de Murcia. Serie 2001-2013

Año	Pernoctaciones	Tasa de variación
2001	76.563	
2002	95.304	24,48%
2003	100.244	5,18%
2004	109.864	9,60%
2005	130.906	19,15%
2006	163.899	25,20%
2007	157.920	-3,65%
2008	149.919	-5,07%
2009	104.604	-30,23%
2010	85.185	-18,56%
2011	73.651	-13,54%
2012	103.784	40,91%
2013	101.297 ⁵²	-2,40%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE

⁵² Estos datos no coinciden con los de la tabla 5.5 porque han sido corregido con coeficientes de enlace

Sin la mencionada corrección, la cifra de pernoctaciones en alojamientos rurales de la RM en los años 2012 y 2013 sería de 62.789 y 61.246 respectivamente, lo cual representa una disminución del 17% respecto del año 2011. Esta evolución descendente se muestra en la *figura 5.6*.

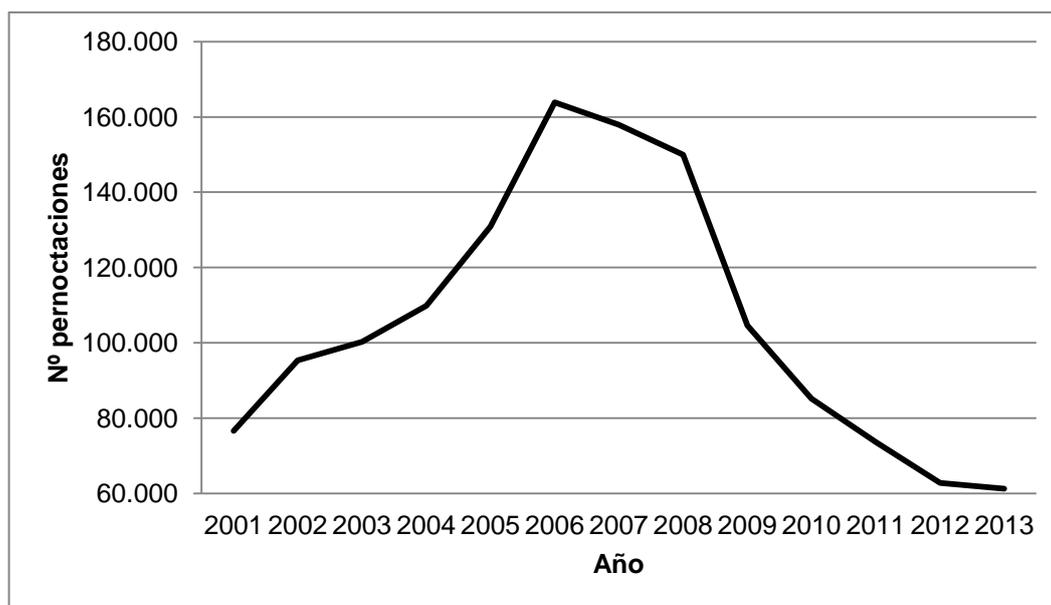


FIGURA 5. 6. Evolución de la demanda de turismo rural en la Región de Murcia. Serie 2001-2.013.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del INE.

Como todo producto turístico, el rural está sometido a una fuerte estacionalidad que se caracteriza por una elevada demanda en los meses de agosto y diciembre, tal y como muestra la *tabla 5.7* y en la *figura 5.7*. El número de viajeros es similar en ambos meses, aunque la estancia media es más elevada en el mes de agosto, pero la estacionalidad del producto rural es, sobre todo, una estacionalidad de fines de semana.

TABLA 5. 7. Evolución mensual de las pernoctaciones en alojamientos rurales en la Región de Murcia. Año 2012

MES	Pernoctaciones
Enero	7.588
Febrero	4.241
Marzo	5.835
Abril	8.949
Mayo	3.322
Junio	5.456
Julio	10.256
Agosto	26.450
Septiembre	5.751
Octubre	6.090
Noviembre	7.110
Diciembre	13.738
	104.786⁵³

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Turismo de la Región de Murcia

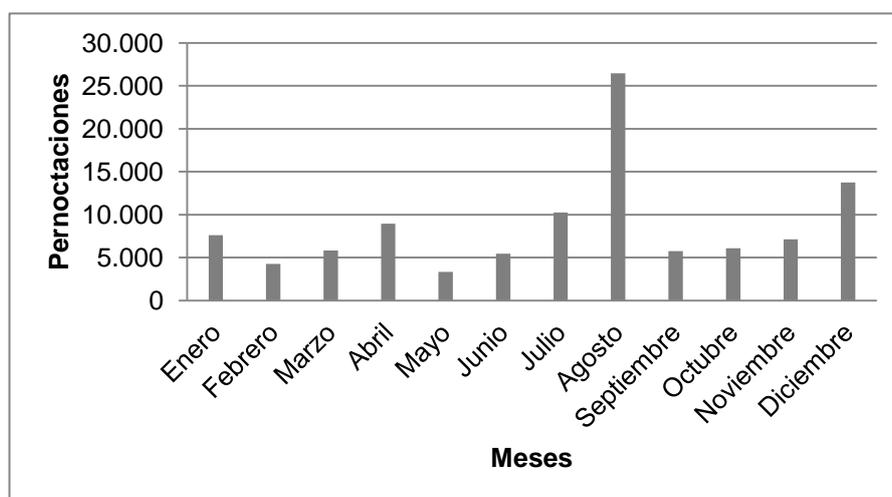


FIGURA 5. 7. Evolución mensual de las pernoctaciones en alojamientos rurales en la Región de Murcia. Año 2012.

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

⁵³ Esta cifra difiere ligeramente del total mostrado en la *tabla n° 5.6* debido a que la fuente es distinta.

Según el INE la estancia media en alojamientos rurales fue de 2,33 días en el año 2013 en la RM, sensiblemente inferior a la nacional (2,76). El grado de ocupación fue del 9,56% en la Región de Murcia, durante ese año, mientras el grado de ocupación nacional se situó en el 13,43%, 3,87 puntos porcentuales más que en la Región de Murcia. El grado de ocupación es uno de los indicadores que mejor muestra el exceso de oferta y la crisis por la que pasa el sector. La ocupación media del año 2006 era de 18,3%, y en el año 2013 se situó en el 9,56%, en apenas cinco años ha descendido un 48%. Según esta misma fuente, el 96% de las pernoctaciones son de viajeros nacionales.

En el año 2014, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia publicó un informe llamado: *La demanda turística de la Región de Murcia. Turismo Rural. Verano 2013*. En dicho informe afirma que “la oferta de alojamiento vinculada al turismo rural asciende a un total de 541 establecimientos, repartidos entre hospederías y casas rurales que ofrecen 3.476 plazas. Durante el año 2013 el territorio regional acogió a un total de 360.000⁵⁴ turistas rurales, lo que supone una participación del 7% en el total de turistas de la Comunidad” (Instituto de Turismo de la Región de Murcia, 2014, pág. 4). El 85% de los turistas rurales procedían de España, la mitad de ellos de la propia Comunidad Autónoma, y el resto de otras Comunidades. En la *tabla 5.8* se muestra el perfil del turista rural de la Región de Murcia basado dicho informe.

TABLA 5. 8. Perfil del turista rural en la Región de Murcia

Procedencia	Extranjeros	15%	Principal procedencia: Reino Unido, Alemania y Francia
			Región de Murcia: 51%
	Nacionales	85%	Otras comunidades: 49%
			Principales procedencia: C.A. Valencia, C.A. Andalucía y C.A. Castilla la Mancha

⁵⁴ En esta cifra no se puede comparar con las de la *tabla 5.5*. porque en este caso están incluidos los turistas que se alojan en viviendas y otros establecimientos no considerados dentro de la categoría de alojamientos rurales, mientras que en la tabla mencionada sólo se consideran las pernoctaciones en alojamientos rurales.

Fidelidad	93,1 % repiten
	Familia: 47,1%
Compañía	Pareja: 31,8%
	Amigos: 20,8%
Edad	Menor de 46: 52%
	Edad más frecuente: 36-45 años
Medio de transporte	Vehículo particular: 89,9%
	Vivienda: 59,8%
Alojamiento	Camping y albergues: 20,1%
	Establecimientos hoteleros: 14,5%
Estancia media	9 días
	50% planifican con menos de 15 días de antelación
Reserva viaje	Reserva telefónica directa: 60,3%
	Internet y Smartphone: 20,5%
	Agencia de viajes: 13,8%
Motivación	Contacto con la naturaleza, gastronomía, prácticas deportivas ya actividades de carácter recreativo y cultural
	Disfrute de la naturaleza: 97%
	Gastronomía y compras: 62%
Actividades realizadas	Excursiones: 58%
	Deportes y senderismo: 53%
	Actividades culturales: 34%
	Ocio nocturno: 18%
Gasto diario	Extranjeros: 56,05 €

	Nacionales: 38,92€
	Media: 41,82€
	Información turística: 8,3
	Cortesía del personal de servicios: 8,2
Grado de satisfacción (sobre 10)	Gastronomía: 8,2
	Entorno natural: 7,8
	Oferta cultural: 7,8
	Relación calidad precio: 7,8
	Confort: 7,8

Fuente. *La demanda turística de la Región de Murcia. Turismo Rural. Verano 2013*. Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

De forma resumida se puede decir que es un turista nacional que procede de la Comunidad Valenciana, de Andalucía o de Castilla la Mancha, o un turista extranjero que proviene del Reino Unido, Alemania o Francia. Tiene una edad media entre 36 y 45 años y suele viajar en familia o con pareja en coche particular. Su estancia media es de 9 días y se aloja en vivienda, camping y establecimientos hoteleros. Las principales actividades que realiza están relacionadas con la naturaleza, la gastronomía, las compras, el deporte, las excursiones y la cultura. Lo que más valora de su visita es la gastronomía, la naturaleza y la cultura, y se gasta un promedio de 41,82€ por persona y día (Instituto de Turismo de la Region de Murcia, 2014)

5.3. EL TURISMO RURAL EN EL VALLE DE RICOTE

5.3.1. Delimitación del destino turístico

El *Valle de Ricote* es el objeto del estudio empírico de esta tesis, por ello, antes de analizar su realidad turística, se hace una introducción al destino. La primera cuestión que se plantea es la delimitación de la zona de estudio.

El Instituto de Turismo de la CARM, establece cinco zonas de turismo rural: Noroeste, Nordeste, *Valle de Ricote* (incluida Cieza), Sierra Empuña, y otros destinos (incluye la Vega Baja, Lorca-Guadalentín, Comarca de Cartagena y Río Mula).



FIGURA 5. 8. Zonificación de turismo rural de la Región de Murcia

Fuente. http://www.murciaturistica.es/es/rural_e_interior/

El *Valle de Ricote* es una comarca natural de la Región de Murcia (dentro de la comarca Vega del Segura) vertebrada por unos 22 kilómetros del río Segura y formada por los municipios de Abarán, Blanca, Ojós, Ricote, Ulea, Villanueva del Río Segura, y Archena, todos ellos se asientan en la ribera del río excepto el municipio de Ricote que está emplazado en la sierra. La región está atravesada de

suroeste a noreste por el relieve subético, como las Sierras del Oro, la Pila, Solán, Rictoe, Cajal... entre el que discurre el río Segura. El nombre de Ricote parece que proviene del emplazamiento de Rikut, donde actualmente se encuentran los yacimientos del Salto de la Novia y la Pila de la Reina Mora.



FIGURA 5.9. Localización del Valle de Ricote.

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

Posee una identidad paisajística muy diferenciada caracterizada por el contraste entre la frondosa huerta y las áridas montañas, impregnadas ambas, de los vestigios de una herencia cultural musulmana. “Los diversos azudes⁵⁵, acequias y norias, transforman un paisaje árido y estéril en otro verde y

⁵⁵ Presa hecha en los ríos a fin de tomar agua para regar y para otros usos.

productivo con la confección de una huerta tradicional responsable principal del hábitat” (López Moreno, 2008, pág. 9).

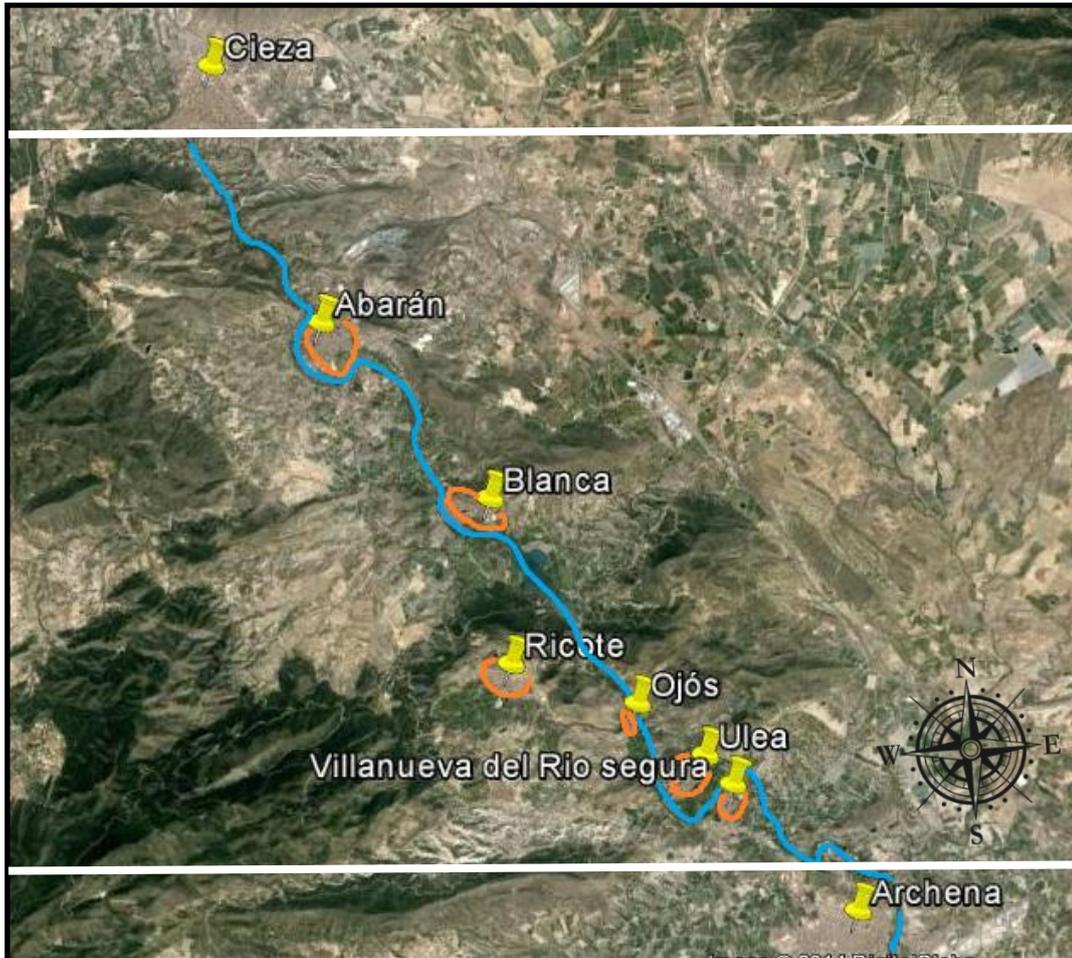


TABLA 5.9. Mapa aéreo del Valle de Ricote. Delimitación del área de estudio.

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

Existe un debate abierto sobre la pertenencia o no de Archena al Valle, en algunos carteles indicativos se incluye dentro del mismo, sin embargo, hay algunas opiniones contrarias, tanto por cuestiones históricas y culturales como económicas y políticas. Archena es un municipio de 18.500 habitantes, que se encuentra situado en el extremo sur del Valle. En muchos aspectos comparte la misma identidad, como en materia cultural, antropológica y paisajística. Pero

existen otros aspectos en los que este municipio difiere bastante del resto. Históricamente, Archena no perteneció a la Orden de Santiago⁵⁶, sino a la Orden de San Juan⁵⁷. Pero hay dos aspectos que resultan más determinantes. Archena es un importante núcleo turístico que basa su actividad en el *turismo de salud* a través de las instalaciones de su balneario, y que tiene una capacidad de atracción turística muy superior al resto de municipios juntos; es un producto turístico consolidado y reconocible, distinto del que se perfila en el resto de circunscripciones del Valle. Su desarrollo económico basado en una economía tercerizada y no tan agrícola como el resto de municipios ha propiciado una mayor comunicación con otras ciudades, esto junto a su cercanía con la ciudad de Murcia, ha configurado una sociedad y un paisaje urbano diferente del resto del Valle. El resto de los municipios tienen una situación turística menos consolidada que Archena, por lo que algunas veces no aceptan que en los proyectos de desarrollo turístico del Valle, se incluya a esta última, ya que se llevaría recursos y esfuerzos más necesarios en otros lugares. Desde el punto de vista geográfico Archena si pertenece al Valle de Ricote, sin embargo no se va a incluir dentro de la zona de estudio de esta investigación por cuestiones turísticas. El *Valle de Ricote* así definido es una región delimitada no sólo por criterios derivados estrictamente del medio natural, sino sobre una base de regionalización donde la componente humana, ya sea histórica, económica, cultural y psicológica predomina en aras de alcanzar un objetivo concreto, principalmente económico (Calvo García-Tornel, 2012, pág. 94).

El Valle está compuesto por localidades pequeñas; los seis municipios que forman la zona de estudio suman un total aproximado de 24.949 habitantes en el año 2013, siendo Abarán el municipio más poblado con 13.157 habitantes, y Ojós el más pequeño con sólo 531. La *tabla 5.10* muestra algunos datos básicos de cada uno de los municipios.

⁵⁶ Orden religiosa y militar que surgió en el Reino de León en el siglo XII y cuyo objetivo era proteger a los peregrinos del camino de Santiago y hacer retroceder a los musulmanes de la península Ibérica.

⁵⁷ Orden religiosa fundada en el siglo XI que realizaba labores hospitalarias en el marco de las cruzadas y desarrollaba acciones militares contra los árabes y los turcos.

TABLA 5. 10. Datos estadísticos sobre los municipios del Valle de Ricote

	Km2	Distancia de la capital por autovía	Población (2013)	Paro registrado (marzo 2013)	Renta disponible per cápita (2006)	Número de empresas 2008
Abarán	114,4	40	13.157	995	9.441	745
Blanca	87,1	36	6.460	630	9.417	377
Ricote	87,5	37	1.417	148	8.850	43
Ojós	45,3	34	531	90	8.506	20
Ulea	40,1	30	935	115	8.839	42
Villanueva	13,2	32	2.449	298	8.683	123

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de econet⁵⁸

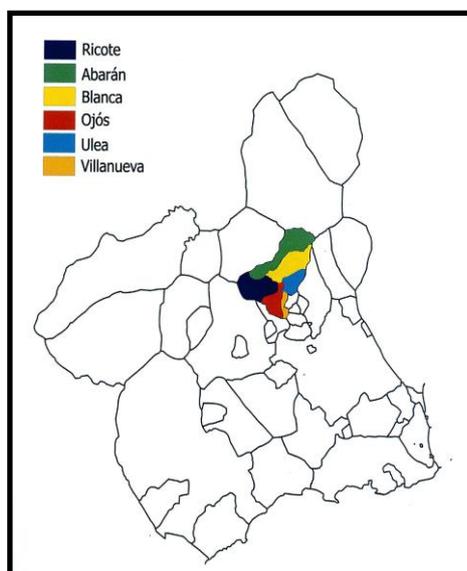


FIGURA 5. 10. Distribución territorial de los municipios del Valle de Ricote.

Fuente: (García Avilés, 2012, pág. 13)

Las Directrices y Plan de Ordenación del Suelo Industrial de la CARM lo incluyen en el eje C. Eje de relación con la meseta-centro: el Valle Medio del Segura. Forma el espacio escaparate y entrada a la Región desde el centro de la

⁵⁸ http://www.carm.es/econet/municipios/municipios_cifras.html. Fecha de consulta: 14 de mayo de 2013

península y la autovía hacia Madrid le ha aportado grandes expectativas de crecimiento.

La Sierra de Ricote y la Navela tiene dos figuras de protección: Lugar de Interés Cultural Comunitario (LIC) de la Red Natura, y Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA) en la Región de Murcia.

En la Región de Murcia, el turismo de interior, no es un producto turístico muy desarrollado, ya que concentra sus esfuerzos en el turismo de *sol y playa*, pero existen algunas zonas de interior con un gran potencial de desarrollo turístico. Casi el 60% de los alojamientos rurales se sitúan en la comarca del Noroeste, que ha sido ampliamente estudiada (Espejo Marín, 1997), (Andres Sarasa, 2000), (Millán Escriche, 2009), (Ponce Sanchez, 2009), (García Marín, 2011), (Cánoves i Valiente, Villarino Pérez, Blanco Romero, de Uña Álvarez, & Espejo Marín, 2014).

TABLA 5. 11. Distribución de la oferta de turismo rural en la Región de Murcia. Año 2012

COMARCA	ESTABLECIM.	PLAZAS	
	NÚMERO	NÚMERO	%
Noroeste	318	2.016	59,45 %
Lorca - Guadalentín	66	410	12,09 %
Valle de Ricote	57	368	10,85 %
Altiplano	28	212	6,25 %
Comarca de Cartagena	31	163	4,8 %
Vega Baja	18	134	3,95 %
Rio Mula	14	88	2,59 %
	532	3.391	

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia CARM.

El *Valle de Ricote* alberga casi el 11% de las plazas de alojamiento rural de la CARM. Es un lugar muy singular de la geografía murciana, que se sitúa muy cerca de núcleos urbanos muy poblados (Murcia, Cieza...) y está muy bien comunicado con ellos a través de modernas autovías. Sin embargo, al estar encerrado entre montañas, se ha mantenido aislado y ha conservado gran parte de su herencia histórica y cultura. El viajero que pasa por la autovía A30, lo observa como un lugar cercano, pero al mismo tiempo escondido. Está

perfectamente delimitado por las montañas y el río, que demarcan un entorno claramente acotado, compuesto por siete municipios que lo convierten en un perfecto “laboratorio” para estudios sociales.

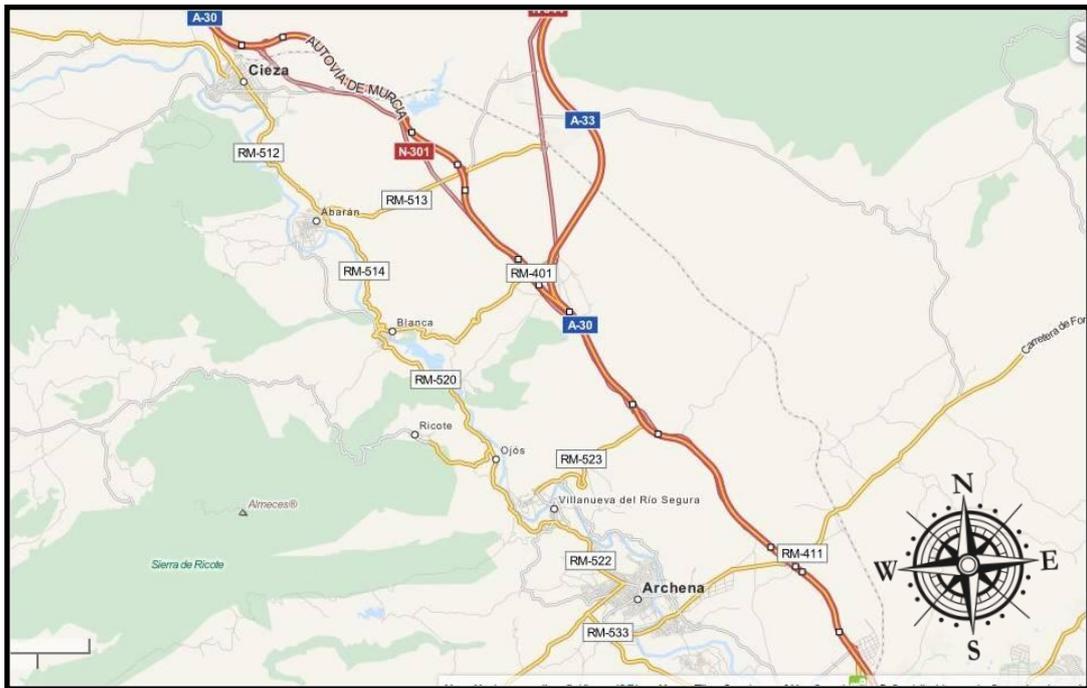


FIGURA 5. 11. Comunicación por carretera del Valle de Ricote

Fuente. Openstreetmap

La población que forma el *Valle de Ricote* viene definida por su actividad económica. Durante muchos años, la economía murciana se ha basado en la actividad agrícola de las vegas media y baja del Segura, en las que se han asentado una gran cantidad de núcleos urbanos. En esta zona, la productividad del suelo es muy alta, y aunque las precipitaciones son escasas, la cercanía al río ha permitido a sus habitantes ingeniar sistemas de recogida y almacenamiento de agua para la producción agrícola. Esta actividad económica desarrollada a lo largo de los siglos ha contribuido a modelar su identidad cultural.

Los territorios situados a lo largo del Valle, son uno de los últimos reductos de la ocupación musulmana en España⁵⁹, este hecho le ha dotado de un paisaje singular que rememora en sus ciudades y en sus huertas los vestigios de la cultura musulmana⁶⁰. Sociológicamente, el área presenta características peculiares, el Valle ha sido autónomo y autosuficiente durante muchos años, forjando el carácter de unos habitantes acostumbrados a vivir al margen del resto de la Región de Murcia. Incluso, las distintas poblaciones que lo conforman, viven al margen unas de otras.

Por tanto, el *Valle de Ricote* se presenta como un territorio delimitado, con un potencial turístico importante marcado por su riqueza cultural, histórica y paisajística, que no ha sido suficientemente explotado debido a las peculiaridades de aislamiento de la zona que han marcado el carácter de sus habitantes, que por un lado se cierran al exterior, y por otro no establecen una comunicación interna fluida y eficaz. En estas circunstancias, es difícil desarrollar una actividad turística. Existen diversas publicaciones de investigaciones sobre la historia y el patrimonio del *Valle de Ricote*, pero apenas se ha estudiado su dimensión turística más allá de algunas publicaciones interesantes sobre actividades en el medio natural (Jiménez Martínez & Ortíz Martínez, 2003).

El *Valle de Ricote* puede encuadrarse dentro del concepto de *región turística* entendida como un área con rasgos culturales y naturales homogéneos, con cierta afluencia turística, y con una imagen reconocible que la caracteriza (Vera, López Palomeque, Marchena, & Antón Clavé, 2011, pág. 428), y que ha sido explícitamente delimitada por un investigador, planificador, o agente público por tener alguna relevancia en algún aspecto de planificación, desarrollo o análisis turístico (Smith, 1995, p. 175). Hay muchas razones para delimitar las regiones turísticas, pero Smith las clasifica en tres grandes grupos:

1. La identificación de una región turística con características homogéneas permite establecer marcas regionales que identifiquen la identidad del territorio.

⁵⁹ En el año 2013 se celebró el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote.

⁶⁰ Es un Valle jalonado de palmeras. Los antiguos habitantes musulmanes utilizaban este árbol para delimitar los lindes de sus tierras.

La marca *Valle de Ricote* existe, y se relaciona con su identidad cultural proveniente de su historia y su actividad económica; si bien, su definición y posicionamiento no están suficientemente explotados.

2. La regionalización sirve para simplificar y ordenar conocimientos. No es posible conocer con profundidad la realidad y las relaciones turísticas de todo el mundo pero si unimos territorios con similares características podemos hablar de un grupo.

3. La división regional permite la comparación entre regiones y por tanto la evaluación comparativa y la predicción (Smith, 1995, p. 175).

Para que los municipios puedan ser incluidos en una misma región turística se deben cumplir una serie de condiciones. A continuación se analiza la aplicabilidad de las condiciones establecidas por Smith al territorio *Valle de Ricote* para corroborar que este se puede considerar una región turística.

1. Debe estar claro el objetivo inicial, y la agregación debe ser útil para solventar un problema concreto. Una región turística no tiene por qué ser una región útil para otro objetivo como la agricultura. A efectos de este trabajo, el objetivo de la agregación de los municipios en la región turísticas *Valle de Ricote* está claramente orientada al estudio de su desarrollo turístico.

2. Todas las aéreas tienen que tener características comunes para el objetivo propuesto. Como se ha expuesto en los párrafos anteriores, en el *Valle de Ricote* conviven poblaciones con una identidad común en materia económica, sociológica, antropológica, cultural, histórica y paisajística. Todas estas características son susceptibles de integrarse en un proyecto turístico.

3. Las zonas evolucionan, y las regiones deberían estar sujetas a cambios en función de esas evoluciones. El *Valle de Ricote* ha adaptado su realidad a los cambios del entorno, y ha reconvertido parte de su economía tradicionalmente agrícola, en una más enfocada al sector terciario.

4. La regionalización debe estar basada en las características la zona. En el *punto 2* se hace alusión a los atributos comunes que debe tener la región turística; las características económicas, sociológicas, antropológicas, culturales, históricas y paisajísticas delimitan esta región turística.

5. La división debe ser exhaustiva y entender que habrá zonas que no pueden ser consideradas turísticas y por tanto no se incluirían en una clasificación turística. La zona de estudio ha sido delimitada teniendo en cuenta su identidad común que aporta un valor añadido a su desarrollo turísticos.

6. La clasificación debe ser exclusiva, una misma zona no debe pertenecer a dos regiones. El Valle tiene una clara delimitación geográfica y cultural, y a partir de los municipios que quedan a su entrada y a su salida (Archena y Cieza) comienzan a aparecer diferencias. Esto hace que difícilmente se pueda incluir cualquiera de los municipios estudiados en otra región turística.

7. La regionalización debe estar basada en una sola característica lógica y las subdivisiones siguientes deben derivar de esta. P.e. si se regionaliza por identidad cultural común, luego no se puede dividir por tipo de agricultura, sino por periodos de tiempo de desarrollo. La primera característica que marca la regionalización es de carácter geográfico, y de aquí parten todas las demás. El *Valle de Ricote* está perfectamente delimitado por la cuenca del río Segura y las montañas que lo rodean. Esta orografía ha determinado los demás niveles, el río y las tierras fértiles que lo rodean permitieron el desarrollo de una economía basada en la agricultura. El crecimiento económico animó el asentamiento de diversos pueblos, entre ellos destacan los pueblos de musulmanes que empezaron a poblar la Península Ibérica desde el año 711, estos encontraron en el *Valle de Ricote* un lugar próspero y aislado que les permitió desarrollar su vida y su cultura sin demasiados impedimentos.

8. La característica elegida debe ser relevante. Las características del Valle son claramente identificables y diferenciadas de las comarcas colindantes.

9. La característica elegida para definir el nivel general debe ser más importante que la que define niveles más específicos. Se considera que la diferenciación geográfica es la más importante, y de ellas emanan el resto de características del Valle.

10. La utilización de varias características produce una jerarquía. Una característica es válida solo si se han observado las principales.

Una vez justificada la delimitación de una región turística, se plantea su consideración como destino turístico. Un destino turístico es un tipo de regionalización basada en un inventario de características cualitativas suficientemente relevantes para plantear una cuestión de planificación turística (Smith, 1995, p. 197).

Segun Gunn (1979), un destino turístico debe:

1. Tener unas características culturales, físicas y sociales que creen una identidad regional. Estas características han quedado justificadas en los párrafos anteriores.

2. La región debe tener una infraestructura adecuada para soportar el desarrollo turístico (Vera, López Palomeque, Marchena, & Antón Clavé, 2011, pág. 424). Un estudio turístico realizado por la consultora KPGM (2013, pág. 29) sobre el empleo turístico en el *Valle de Ricote*, menciona algunos aspectos de la oferta turística cuya calidad y variedad es insuficiente, es el caso de la oferta de alojamientos y la oferta de ocio nocturno. Pero existen otros muchos aspectos que si presentan unas condiciones adecuadas para el desarrollo de la oferta turística: la oferta gastronómica es de alta calidad, se organizan eventos y espectáculos de interés, los municipios tienen un patrimonio digno de visitar, los transportes, accesos y comunicaciones facilitan la visita.

3. La región debe ser tan grande como una comunidad o una atracción. El *Valle de Ricote* es una extensa región que comprende seis municipios y una variedad de ecosistemas, patrimonios y culturas.

4. La región debe poseer suficientes atracciones o potencial para atraer turismo. En el DAFO realizado por KPGM (2013, pág. 73) destaca como fortalezas, la riqueza y variedad de los recursos naturales, así como la singularidad cultural de ser el último reducto morisco de España. Este hecho se ha podido constatar mediante las pruebas de observación directa realizadas.

5. La región debe ser capaz de asumir un plan de desarrollo turístico y de marketing para afrontar el desarrollo futuro. Uno de los principales retos a los que se enfrenta es conseguir una implicación de todos los agentes para el desarrollo de un plan de desarrollo turístico global.

6. La región debe ser accesible en término de transporte a una gran población. Los municipios se encuentran a una distancia de entre 30 y 40 kilómetros de la ciudad de Murcia, kilómetros que en su mayoría se pueden recorrer a través de la Autovía A30 que une Albacete con Cartagena y que a través de la A31 enlaza con la A3 que termina en Madrid. Por otra parte, a la altura de Abarán sale un ramal (A33) que conecta con la A35 que lleva a Valencia.

La configuración del destino turístico Valle de Ricote se acerca al concepto de clúster, según Gunn (2002, p. 26) “Un principio de la planificación de destinos es el agrupamiento⁶¹ más que la diseminación. Los clúster de atracción en el área y alrededor son más eficientes para el desarrollo, el uso del turista y la gestión operativa que cuando están dispersos”

La delimitación de los destinos turísticos va más allá de los límites políticos o administrativos, Davison y Mitland (1997, p. 4) Definen un destino turístico como una zona que comparte una serie de características:

- Poseedor de una variedad de recursos, productos, servicios y formas de propiedad.
- Otras actividades sociales y económicas que pueden ser complementarias o no con la actividad turística.
- Una comunidad de acogida.
- Sector público que se responsabilice de su planificación y gestión.
- Actividad del sector privado.

La homogeneidad cultural y geográfica del *Valle de Ricote*, sus accesos, sus comunicaciones y su complementariedad les confiere la característica de “cluster”. Cumple con las características adecuadas para convertirse en lo que Motloch denomina “lugar”, “un lugar es una construcción mental de una experiencia en el espacio y el tiempo cuando el individuo le atribuye un significado a través de la percepción y comprensión del medio ambiente ambiental (Motloch, 2001, pág. 242)”. Según Gunn (2002, p. 339) “los destinos de desarrollo turístico están formados por un conjunto de lugares individuales”. La importancia del lugar es básica para el diseño turístico. El destino no termina en

⁶¹ Clustering

los límites de una ciudad, los alrededores rurales y las pequeñas ciudades están integrados como parte del destino turístico.

El destino turístico del *Valle de Ricote*, puede considerarse un paisaje cultural histórico vernáculo y etnográfico⁶² según la clasificación de Gunn (2002, p. 357) que afirma que los paisajes culturales se pueden clasificar en cuatro categorías geográficas:

- Lugares históricos: significativos por un evento, una actividad o una persona

- Paisajes diseñados históricamente. Lugares diseñados para que tengan este valor histórico

- Paisajes históricos vernáculos. Lugares con condiciones endémicas de cultura, costumbre, uso de la tierra,

- Paisajes etnográficos: lugares con herencia, formaciones geológicas masivas, plantas y animales especiales, asentamientos contemporáneos

Los destinos turísticos, no son solo lugares para ser consumidos por el turista, sino que son lugares donde la gente vive, trabaja y actúa.

5.3.2. Marco histórico

Los ochocientos años de ocupación árabe han marcado el presente y el pasado de la Región de Murcia. Los primeros pobladores del municipio del *Valle de Ricote* fueron un grupo de musulmanes que crearon un pequeño núcleo defensivo en el municipio de Ricote al servicio del reino andalusí que se expandía por la Península Ibérica. Con el tiempo, este pequeño grupo se fue convirtiendo en un poblado que gracias a su dominio de la ingeniería hidráulica supo aprovecharse de las tierras fértiles del Valle y el agua Rio Segura para crear campos de cultivo. Mediante la construcción de azudes, presas y norias se

canalizó el agua por una extensa red de acequias permitiendo el cultivo de cereal, viñedos y olivo, y el desarrollo de una prospera industria textil, el cultivo del vino, el algodón y la morera (Fundación Integra, 2008). El epicentro del Valle era el castillo de los Peñascales, un recinto amurallado del que apenas quedan vestigios, donde los habitantes podían refugiarse con sus bienes y ganado.

Con la llegada del califato Omeya de Córdoba⁶³ en el siglo X, se inicia un periodo de paz y esplendor en el mundo hispano musulmán, y bajo esta realidad política y social, comenzó el asentamiento rural en el Valle de Ricote. Si bien, “hay bases suficientes para afirmar que con anterioridad a la invasión musulmana del siglo VIII, ya habían existido en Ricote poblados prehistóricos, así como algún tipo de poblamiento romano e íbero, así como también en la etapa visigoda” (Ortega López, 2006, pág. 9). A principio del siglo XII, el valle, al igual que gran parte del territorio andalusí en la Península Ibérica estaba poblado por los almohades⁶⁴ provenientes del norte de África y defensores del Corán como fuente primaria del Islam. A principios del siglo XII, la crisis almohade agravó la situación militar y política del Islam andalusí, y provocó el levantamiento en Ricot de Aben Hud, quien el 4 de agosto de 1228 fue proclamado emir del Reino de Murcia y acató la soberanía de los califas abasidas⁶⁵. Aben Hub reinó hasta 1238, fecha en que fue asesinado en Almería. A la muerte de Aben Hub el Valle se convirtió en un Señorío Independiente dentro del reino de Murcia pero la sucesión de distintos gobernantes locales sumieron el *Valle de Ricote* en una profunda crisis política, militar y económica, y crearon las condiciones para que las tropas cristianas iniciaran la reconquista en estas tierras. En el año 1243, por el

⁶³ Abderramán III, el octavo emir Omeya, unificó los territorios andalusí y creó el califato de Córdoba en el año 929 (Ocho Gómez, 2004, pág. 532), declarando la independencia religiosa de Bagdad y derrocando al califato Abasí que regia la España musulmana en aquella época. Fue la etapa política más importante del Islam en la Península Ibérica, y apenas duró un siglo al desintegrarse durante el reinado de Hisam II (1027-1031) en una multitud de reinos de taifas como consecuencia de una guerra civil.

⁶⁴ Seguidores de Aben Tumart, jefe musulmán que en el siglo XII fanatizó a las tribus occidentales de África y dio ocasión a que se fundara un nuevo imperio que acabó con la dominación almorávide, que había controlado hasta entonces la zona del Magreb y la España musulmana.

⁶⁵ El califato Abasí (o califato de Bagdad) representaba el poder del Islam centrado en Bagdad. El anterior califato Omeya se había declarado independiente de este.

tratado de Alcaraz⁶⁶, el reino musulmán pasó a manos cristianas durante el reinado de Fernando III, la mitad de las rentas públicas y las fortalezas pasaron a manos de los castellanos, entre ellas, el castillo de Peñascales, Blanca y Ojós (Fundación Integra, 2008), a cambio, los castellanos defenderían a los musulmanes que quisieran vivir en las tierras conquistadas⁶⁷. En 1266, Alfonso X le concedió el privilegio de concejo⁶⁸, pero se lo quitó y volvió a integrarlo en el concejo murciano cuando descubrió que su hijo Sancho le había prometido a la Orden de Santiago⁶⁹ la concesión del *Valle de Ricote* si colaboraba en la lucha contra su padre. “Finalmente, el 19 de noviembre de 1285 se hacía firme la promesa del infante don Sancho hecha cuatro años antes al maestre de Santiago Pedro Núñez y mediante privilegio rodado otorgado en Sevilla, don Sancho IV concede definitivamente a la Orden de Santiago el Valle de Ricote con todos sus habitantes y propiedades” (Ortega López, 2006, pág. 22). Así, “las villas de Abarán, Blanca, Ojós, Ricote, Ulea y Villanueva⁷⁰ eran entregadas a la Orden, que agrupó este territorio bajo la denominación encomienda del *Valle de Ricote*” (García Avilés, 2012, pág. 19). Los comendadores de la Orden de Santiago en Ricote se hicieron con el control de los molinos de harina y los hornos y dirigieron la elaboración de productos agrícolas y manufacturas textiles, y establecieron el culto en las iglesias con devoción a Santa María, Santiago y San Sebastián.

La encomienda siguió poblada de musulmanes hasta el siglo XV, disfrutando de largos periodos de paz y prosperidad en los que la población

⁶⁶ En abril de 1243 se firmó el Tratado de Alcaraz. Este documento garantizaba a los musulmanes el mantenimiento de sus propiedades, instituciones, religión y costumbres, a cambio, se comprometían a aceptar el protectorado castellano mediante el establecimiento de guarniciones militares de la hueste alfonsí en las fortalezas y el pago de la mitad de las rentas reales y señoriales (López Moreno, 2008, pág. 45).

⁶⁷ A estos musulmanes se les llamó mudéjares.

⁶⁸ El concejo era una asamblea de vecinos de las localidades que participaban en el gobierno de las mismas.

⁶⁹ La Orden de Santiago de Espada fue fundada en el año 1170 en el Reino de León por Pedro Fernández de Fuentecalada junto con otros 12 caballeros de León durante el reinado de Fernando II, con el objeto de defender a los peregrinos de Santiago y guardar las fronteras de Extremadura. La Orden ayudó constantemente a sus respectivos reyes en la conquista de territorios, entre ellos el Reino de Murcia (Westerveld, 2008, pág. 5).

⁷⁰ Archena pertenecía a la Orden de San Juan.

creció de forma continuada. El comendador tenía su sede en el castillo de Ricote. Los mudéjares se regían por sus propias leyes, y el comendador recaudaba impuestos y protegía a la población. Cada pueblos del Valle tenía su propia Aljama⁷¹ (Westerveld, 2008, pág. 69).

Desde finales del siglo IX, Murcia acogió a representantes del mundo espiritual y filosófico del Islam, el *Valle de Ricote* no fue ajeno a esta corriente. Según Ortega López, D. (2006), el sabio Al Ricotie fue uno de esos ilustrados que se instaló en esas tierras, era un musulme⁷² español que estudiaba las ciencias lógicas, geometría, aritmética, música y medicina, y era versado en derecho, teología y retórica. Alfonso X reconoció su valía y fundó para él una madraza⁷³ para que impartiera sus enseñanzas. Pero en el año 1266, la sublevación de los mudéjares⁷⁴, y la presencia de los dominicos⁷⁵ en la región, forzaron la salida de todos aquellos que no quisieron abrazar la fe cristiana y “produjo un estado de tensión e incomodidad en Al-Ricoti que fue en aumento debido a las constantes presiones de Alfonso X para atraerlo a la religión cristiana, a la negativa del sabio de Ricote, siguió su marcha a Granada” (Ortega López, 2006, pág. 15), esto debió suceder después de 1272, y con él se fueron sus enseñanzas. Otra personalidad del mundo árabe que contribuyó al desarrollo cultural del *Valle de Ricote* fue el pensador, filósofo y científico Ibn Sabin que nació en Ricote en el año 1217 y extendió sus enseñanzas por todo el mundo.

Durante la segunda mitad del siglo XV, la población musulmana del *Valle de Ricote* se vio mermada. Por un lado, muchos habitantes se trasladaron a tierras

⁷¹ Comunidad musulmana que gestionaba la recaudación de impuestos del Reino

⁷² Persona que profesa la religión de Mahoma. Musulmán.

⁷³ Escuela musulmana de estudios superiores

⁷⁴ Musulmán a quién se permitía seguir viviendo entre los vencedores cristianos sin mudar de religión a cambio de un tributo.

⁷⁵ A partir de 1266, funcionó en Murcia un Estudio de Lenguas Orientales de la Orden de Predicadores, cuyos fines eran, además de científicos, de apostolado. Los dominicos tenían que predicar y tendrían que hacerlo de manera que los musulmanes les tuvieran que entender, por eso era fundamental que supieran esas lenguas orientales, que necesitaban para ejercer su ministerio (Díaz de Revenga, 1992, pág. 116).

granadinas, y por otro, se produjo una disputa interna de la familia Fajardo por el dominio político que sumió al Valle en una guerra civil.

En 1491, Boabdil, último rey musulmán de Al-Ándalus capituló ante los reyes católicos y negoció la entrega de Granada consiguiendo que los cristianos aceptaran una serie de leyes y derechos basados en el respeto y la igualdad entre culturas, pero esta situación no fue fácil de mantener por ambos bandos y de inmediato surgieron los enfrentamientos entre cristianos y musulmanes que llevaron a la corona de Castilla a firmar un nuevo tratado en 1502 por el cual se obligaba a todos los musulmanes a convertirse al cristianismo, y quien no lo hiciese sería expulsado de la Península Ibérica.

Molina Templado y López Moreno coincide en afirmar que en 1501 se produjo una conversión voluntaria (Molina Templado añade el calificativo de masiva) de alguno de los mudéjares de Ricote y Archea al enterarse que iba a salir el decreto de expulsión. Y en 1502 se produce una conversión forzosa⁷⁶ que los igualaba en sus derechos al resto de cristianos⁷⁷, y tras la cual, la reina advierte al tribunal de la inquisición que se abstenga de intervenir en nada que atente contra los nuevos conversos (Ortega López, 2006, pág. 24). “Este hecho significó además, que las aljamas se constituyeron como concejos, y que las mezquitas se convirtieron en templos cristianos” (López Moreno, 2008, pág. 52). La conversión forzosa hizo que la herencia mudéjar permaneciera en el territorio.

La conquista de Granada en el año 1492 supuso un cambio en la fisionomía arquitectónica del Valle. La desaparición del reino Nazarí redujo las posibilidades de ataque de sus fronteras, por lo que se produjo un abandono paulatino de las fortificaciones defensivas. Por su parte, el comendador de la Orden de Santiago pidió al rey Fernando III que solicitará a la Santa Sede la fundación de parroquias para atender las necesidades, en palabras de Ortega López “espirituales, cúllicas y evangelizadoras” de la población morisca del Valle una vez convertida al cristianismo. Mediante la Bula Inter Caetera dada en Roma el 23 de agosto de 1505, se crean las parroquias y se dota al Valle de la solicitada estructura

⁷⁶ Pragmática conversión forzosa.

⁷⁷ A partir de este hecho, los mudéjares pasaron a llamarse “moriscos”.

eclesiástica necesaria para la total asimilación de la masa morisca, social, económica, política y religiosa (Ortega López, 2006, pág. 25). Esto permite la construcción de las parroquias de Ricote, Blanca, Abarán, Ojós y Ulea que se ubicarían en los lugares en los que antes había mezquitas. Actualmente no queda ninguna mezquita, la iglesia que mas vestigios conserva es la de Ulea, que mantiene el artesonado mudéjar⁷⁸, lo que si se conservan son documentos que explican cómo eran y permitirían parte de su reconstrucción⁷⁹

Durante muchos años, las grandes familias se disputaron la titularidad de la encomienda para asegurarse los suculentos ingresos que producía y pasarlos de padres a hijo descuidando la situación de los habitantes de la región, hasta que en 1737 la encomienda paso a manos de los infantes de la casa real. García Aviles, citando a Rodríguez dice que durante los seis años que la Orden de Santiago tuvo la propiedad del Valle, “se convirtieron en grandes detractores de las riquezas generadas por la población y el territorio, sobre el que actuaron como trasvasadores de riqueza de la clase productora a la clase dirigente”.

Durante muchos años en el valle se había producido una pacífica convivencia entre cristianos y musulmanes, según García Díaz y Otero Mondejar (2010, pág. 23) “estos mudéjares antiguos estaban bastante asimilados e integrados en aquella sociedad dominada por los cristianos viejos”. “Los moriscos estaban enraizados en la tierra que cultivaban y de la que eran propietarios en un régimen de minifundio heredado de sus antepasados musulmanes” (Ortega López, 2006, pág. 32), hasta el punto de que los descendientes musulmanes no se consideraban moriscos. A principios del siglo XVII aumentó el descontento y desconfianza hacia pueblo musulmán por todo el pueblo español, la inquisición comenzó a verlos como herejes porque se convertían al cristianismo sin fe manteniendo las tradiciones sociales y religiosas de la religión musulmana. La situación se hizo socialmente insostenible y en 1606 el rey Felipe III firmó el decreto de expulsión de los moriscos. El reino de Murcia fue reticente a cumplirla, y el lugar más conflictivo era el *Valle de Ricote*, los moriscos ricoteños se dirigieron

⁷⁸ En general, es difícil encontrar restos arquitectónicos de la etapa musulmana, sólo el trazado de algunos cascos urbanos y los castillos.

⁷⁹ Información obtenida de la entrevista con el cronista de Blanca D. Ángel Rios el día 16 de abril de 2014.

al rey suplicando poder quedarse en sus tierras y aludiendo a su sincera conversión e integración social, ante esta reacción social, se consiguió una prórroga del decreto a espera de un estudio detenido de la situación, pero también había una facción partidaria de la expulsión, y el 19 de octubre de 1613 se decreta la expulsión definitiva⁸⁰. Los moriscos incrementaron sus manifestaciones de fe cristiana, pero todo fue inútil, y el 17 y 18 de diciembre comenzaron las primeras deportaciones a Cartagena. Más de 2.500 musulmanes fueron expulsados del *Valle de Ricote* pero según Ortega López (2006, pág. 34) el 65% de la población morisca se quedó, “muchos de ellos, bien por las excepciones establecidas en el decreto, porque eludieron las disposiciones reales o porque regresaron de incógnito”, pero esto no pudo evitar que el Valle iniciara una fuerte crisis motivada por la disminución demográfica de una clase trabajadora, crisis que, según Ortega López, se vio agravada por la sequía sufrida por el Reino de Murcia en esos años.

Durante la encomienda de la Orden de Santiago, la división entre los seis municipios no tuvo relevancia, pero a medida que la Orden fue perdiendo su influencia, los seis concejos comenzaron a tomar posiciones respecto a los límites territoriales, para la fijación de esos límites se establecieron puntos de referencia “preferentemente elementos naturales como rocas, ríos o montes que garantizaran que nadie podría variar su ubicación. Hoy aún quedan tratados divisorios pendientes de ajustar que son testimonio de un pasado histórico común” (García Avilés, 2012, pág. 12). Todavía, hoy en día Abarán, Blanca y Ricote mantenía una activa disputa por sus límites territoriales.

5.3.3. Los municipios del Valle de Ricote

La Mancomunidad del Valle de Ricote se creó en el año 1990 y la formaban siete municipios: Archena, Villanueva del Río Segura, Ulea, Ojós, Ricote, Blanca y Abarán. Se creó para aunar esfuerzos y posibilidades económicas de los municipios asociados para la “prestación de servicios sociales y otros”, acogiéndose a ese “otros” se pudo pedir a nivel supralocal la subvención al

⁸⁰ Según García Díaz y Otero Mondejar, en el año 1613 habían censados en el Valle de Ricote un total de 2.504 mudéjares, que representaban un 28% del total de mudéjares antiguos censados en el Reino de Murcia.

Ministerio para el Plan de Dinamización Turística en el año 2001. La subvención era a tres partes: el Ministerio de Economía, la Consejería de Turismo y la Mancomunidad que actuaba como un ente en el que participaban a partes iguales los siete municipios. En julio de 2004 se crea el Consorcio de la Mancomunidad del Valle de Ricote con el objeto de seguir con las actuaciones turísticas, las aportaciones a gasto corriente las hacía la Mancomunidad, el Ministerio ya dejó de invertir en la comarca y se mantuvo la Consejería de Turismo. Lo primero que se hizo fue trabajar en la imagen del *Valle de Ricote*, se creó una página web, y se estableció la marca y un logotipo, también se hicieron folletos del Valle, no de los municipios de forma individual, sino todo con una sólo imagen. Con el objetivo de hacer marca, se asistió a ferias, se realizaron acciones promocionales, y planes de actuación para acciones prioritarias: restauración de norias, acceso a recursos paisajísticos a través de miradores, y promoción cultural. Se creó un ciclo de congresos en los que participaban expertos que desgranaban el legado cultural del Valle, esto serviría para ayudar a que la población local y el resto de la Región de Murcia conociera el Valle y tomara conciencia de él.

Durante seis años, el Consorcio invirtió un total de 2.350.414,45 €, después de los cuales la Comunidad Autónoma cesó su participación en el mismo y continuo la Mancomunidad, pero al salirse de esta los municipios más grandes (Archena, Blanca y Abarán), su capacidad de actuación quedó muy reducida⁸¹

Abarán *Figura 5.12.*

El municipio de Abarán⁸², se encuentra en el cuadrante nororiental del Valle, en el margen izquierdo del río Segura, entre la Sierra de la Pila⁸³ y la Sierra del Oro. Tiene una extensión⁸⁴ de 114,4 k² y dista 30 km por autovía de la ciudad de Murcia. Según el censo de población y vivienda, cuenta con una población de 13.157, lo que le convierte en el municipio más poblado del Valle.

⁸¹ Información procedente de la entrevista con M^a Cruz Gómez, antigua gerente del Consorcio *Valle de Ricote*, que tuvo lugar el 16 de abril de 2014.

⁸² Abarán proviene de “Fauaran”, nombre que le dieron los musulmanes.

⁸³ Parque natural protegido de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

⁸⁴ <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html>

Su actividad económica está basada en la agricultura, y sobre todo en la exportación de frutas. También destaca la explotación de la cantera de piedra caliza y la actividad comercial.

El largo periodo de ocupación musulmana en este municipio ha dejado vestigios de su ingeniería visibles en las numerosas norias que impregnan su paisaje, de las siete norias funcionales (que todavía se usan para el riego) que se conservan en la Región, cuatro están en el municipio de Abarán. A lo largo del río se ha acondicionado un paseo que recorre las norias restauradas. En esta *ruta de las norias* se pueden observar hasta cinco norias reconstruidas: *Noria grande*; es la noria de mayor tamaño de Europa que sigue funcionando, si bien, no es la que más agua saca, *Noria de la Hoya de Don García*, *Noria Candelón*, *Ñorica*, y *Noria de Felix Cayetano*. Todas están en funcionamiento, ya que de lo contrario se deteriorarían. A pesar de ello, no es una población que viva de cara al río. La vida se desarrolla en el casco urbano, que se encuentra elevado y no tiene una salida directa al río. La parte más destacable del río es el Paraje del Jarral, donde hay un pequeño salto del río muy apreciado por los que realizan las actividades de ocio de descenso del Río Segura. En esa misma sección del río existe una playa fluvial. Otros recursos turísticos de interés que se pueden encontrar en este municipio son:

Restos del granero fortificado de Andarraix del siglo XI situado a 250 metros en la cima del Cerro de la Cobertera, este es el único granero del occidente musulmán cuya planta de su estructura se conserva tal y como fue utilizada en época islámica. Es la única construcción de estas características hallada en la península y se utilizaba para recolectar el grano almacenado en las tierras adyacentes y protegerlo de robos e incursiones indeseadas. Actualmente no se puede restaurar por falta de fondos, la Asociación Cultural “Lacarrahila” lucha por mantener los restos en buen estado y por elaborar un plan de puesta en valor. En la actualidad las ruinas están tapadas para evitar la erosión.

La gastronomía tradicional se basa en los “guisos de olla” (olla gitana, olla mentirosa, pebre y pollo, arroz y verduras), gachasmigas y asado de cordero. También son típicos los platos elaborados con carne de caza. Las hortalizas, las frutas y las verduras son componentes importantes de su gastronomía.

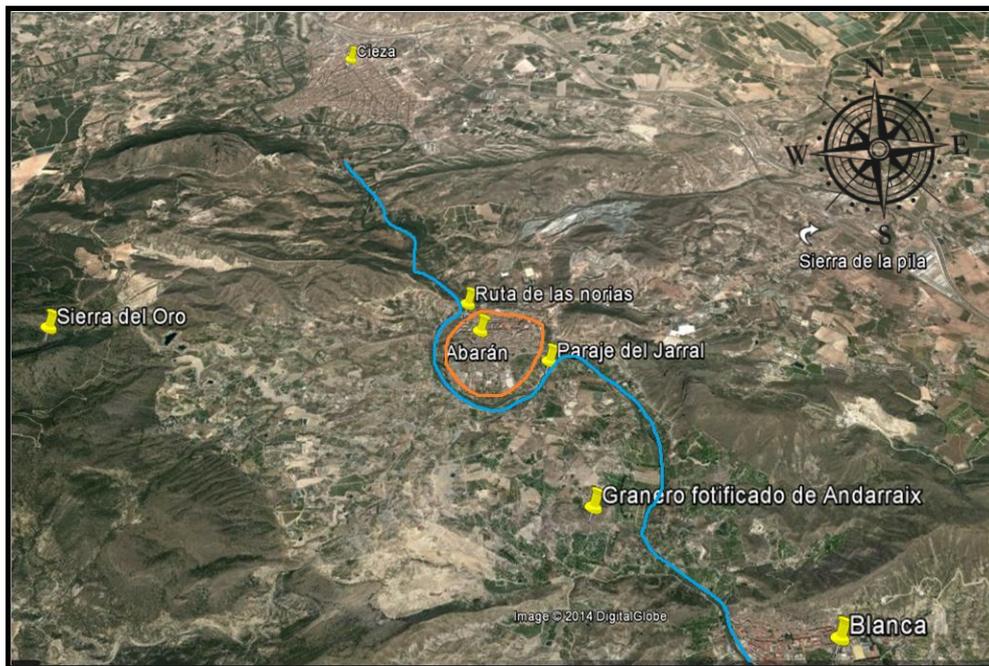


FIGURA 5. 12. Municipio de Abarán.

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

Se celebran varias fiestas tradicionales:

Las fiestas más destacadas son:

Día del niño: el 6 de enero se celebra la fiesta del niño. Varias imágenes del niño Jesús son llevadas casa por casa para que los abaraneros las adoren.

Fiestas patronales: en la segunda quincena de septiembre son las fiestas patronales de San Cosme y San Damián durante las que se realizan diversas actividades festivas (Bandas de música, corridas de toros, batalla de flores,...) entre las que destaca el encuentro de “Gigantes y Cabezudos”. La Iglesia de San Cosme y San Damián⁸⁵ se encuentra en lo alto del pueblo y rodeada de un paseo, desde donde se puede observar una panorámica del valle.

⁸⁵ Dedicada a los Santos Médicos, patronos de la villa, data del año 1953, aunque las originales se datan en el siglo XVI. Las estatuas de los Santos, Cosme y Damián, situadas en el camarín del altar mayor, son del siglo XVIII

Semana Santa: las procesiones de Abarán están declaradas de Interés Turístico Regional, y destacan las del Domingo de Resurrección y la Procesión de los Penitentes (madrugada del viernes santo).

Hay varias rutas de interés en el municipio como son la “ruta de los moriscos” o la ruta circular por la “Rambla de Don Benito”, lugar que tradicionalmente se ha dedicado a campos de cultivo, lavadero de ropa, zona de paso de comerciantes con animales de carga, animales con su ganado que transitaban por el camino que discurre entre el Campo de Ricote y Abarán

Entre sus recursos culturales destaca el Teatro Cervantes, obra del arquitecto Jose Antonio Rodriguez, que fue construido en el año 1926 y se restauró en el 2000.

Blanca *Figura 5.13.*

Blanca está situada, también, en el margen izquierdo del Valle, y conserva la herencia morisca en el entramado de sus calles. El término municipal de Blanca ocupa 87,1 km² y se sitúa a una altura de 147⁸⁶ metros sobre el nivel del mar. Tiene una población de 6.448 habitantes⁸⁷. El municipio se sitúa al norte del valle que encierran las sierras de Ricote y el Oro.

El centro urbano posee un casco antiguo que serpentea por una colina rematada por un castillo, y conserva el trazado original de la época musulmana. Es una fortificación de origen islámico construida sobre la Peña Negra⁸⁸ y uno de los puntos estratégicos para la defensa contra los Almohades. Esta zona del

⁸⁶ <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html> consultado 18 de noviembre de 2013

⁸⁷ Según censo de población del año 2011. http://www.carm.es/econet/sicrem/PM_Censo2011/sec15_c13.html consultado el 18 de noviembre de 2013

⁸⁸ Según Angel Rios, cronista de Blanca, en un principio Blanca recibe el nombre de Negra por una peña de ese color, luego hay un silencio documental de 67 años, y en 1382 aparece un documento en el que ya viene el nombre de Blanca, en ese tiempo se debió de producir el cambio de nombre, pero no se sabe ni cuándo ni por qué.

núcleo urbano, incluido el castillo, están restaurados y dotados de infraestructuras que facilitan su visita.

Blanca vive de cara al río, aprovechando sus bondades con un paseo que recorre toda la ribera. Como extensión del río se han construido diversos parques de ocio y pasarelas que lo cruzan que son disfrutados por la población. La ciudad está pegada al río, el cual se convierte en una extensión más de sus calles, formando parte del paisaje urbano. Uno de los puntos más atractivos lo constituye el mirador del alto Bayna, desde el que se observa el tramo del río antes de su paso por Blanca. Como muestra de ese interés por el río, se ha construido un “Museo y centro de interpretación de la luz y el agua”. El museo realiza varias funciones. Consta de una exposición permanente en la que, a través de diversas maquinarias, se puede observar la función del agua como fuente de energía eléctrica, pero también se ha convertido en un espacio vivo mediante la acogida de exposiciones itinerantes de arte, de exposición y venta de productos artesanales, y mediante la gestión de un centro de interpretación en el que se muestran diversas maquetas con las características de la zona y se realizan talleres. Esta oficina (centro de interpretación) está gestionada por una empresa privada (Valle de Ricote Inagotable) que realiza rutas temáticas a lo largo de todo el Valle.

El interés del municipio por el turismo es evidente, a lo largo de la calle se exponen numerosas esculturas que dan espacio a artistas regionales, los lugares de interés están restaurados y cuidados, y es fácil encontrar establecimientos donde se venden productos típicos de la ciudad. Es destacable su orientación cultural, a las esculturas al aire libre se le suma el museo de Pedro Cano en el que se muestra la obra del pintor y otras exposiciones itinerantes, y el centro de arte moderno “Las Negras” que potencia el desarrollo artístico ofreciendo residencia a artistas noveles, y realizando diversos actos culturales (exposiciones en la calle, jornadas culturales...) que potencia la imagen de Blanca como un destino cultural. El centro “Las Negras” está construido en el casco antiguo aprovechando las instalaciones de unos antiguos corrales; este contraste entre lo antiguo y lo moderno, confieren a este municipio un perfil muy singular. Además, todos los años se celebra en el municipio un certamen literario en el que se organizan conferencias en las que participan autores nacionales de reconocido prestigio.



FIGURA 5.13. Municipio de Blanca

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

Ricote *Figura 5.14.*

Ricote es el único centro urbano del Valle que no se asienta a orillas del río, y está atravesado por la Sierra de Ricote, el Cajal, Umbria, Oro y Salitre. Situada a 295 metros⁸⁹ sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 87,5 km² y una población de 1.452 persona⁹⁰. Ricote fue el último reducto morisco del Reino de Murcia. Destacan los restos de la fortaleza “Alarbona”, la iglesia parroquial de San Sebastián y el Palacete de Llamas o casas de los Álvarez-Castellanos, donde actualmente se ubica el Ayuntamiento, ambas declaradas monumento histórico-artístico. Entre sus atractivos turísticos se encuentra su sierra y su gastronomía, de

⁸⁹ <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html> Consultado el 18 de noviembre de 2013

⁹⁰ http://www.carm.es/econet/sicrem/PM_Censo2011/sec15_c36.html consultado el 18 de noviembre de 2013

la que sus vinos son conocidos fuera de la Región. En Ricote existe un restaurante (El Sordo), que es quizás, el recurso más conocido y frecuentado del *Valle de Ricote*.



FIGURA 5. 14. Municipio de Ricote

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

Respecto a sus sierra, está surcada por senderos de indudable interés paisajístico, bien conservados y señalizados, pero sin un producto turístico global y coordinado, los agentes turísticos que se benefician del paso de los senderistas no se implican en su desarrollo y mantenimiento (Nasarre Sarmiento (Coord), 2012, pág. 96).

Ojós *Figura 5.15.*

El municipio de Ojós⁹¹ tiene una extensión de 45,3km², y se sitúa a 122 metros⁹² sobre el nivel del mar. Con sus 578 habitantes, es el municipio menos

⁹¹ Llamada antiguamente Oxox, nombre que proviene del árabe *Husus* y que significa “los huertos”

⁹² <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html> consultado el 19 de noviembre de 2013.

poblado del valle⁹³, el río, por un lado, y las montañas, por otro, han impedido que la población se extienda. Está rodeado de parajes que han dado origen a diversas leyendas: “el salto de la Novia”, “el mirador de Franco”, “el desfiladero del Solvente”...”Tiene una iglesia parroquial de estilo mudéjar en la que se conservan tesoros de la Eucaristía, antiquísima imaginería y bellos trajes pertenecientes a esta” (Ortíz Martínez & Giméenz Martínez, 2000, pág. 21). Quizás, lo más destacable de este municipio es la presa del Azud de Ojós, construida en la garganta del Solvente. Al situarse en el corazón del Valle, es uno de los municipios desde los que mejor se aprecia la reminiscencia árabe del mismo. El núcleo urbano se ha abierto al río a través de paseos y pasarelas. A pesar de su pequeña extensión, sus escasos recursos turísticos están bien aprovechados, y se observa un interés por su cuidado y su puesta en valor. Ha conservado su trazado sinuoso desde la época medieval y algunas de sus construcciones originales.

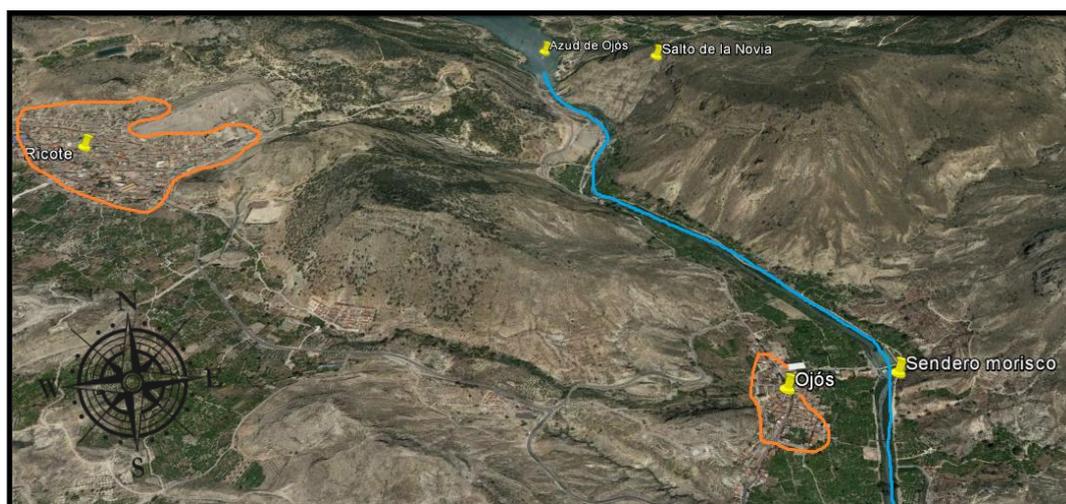


FIGURA 5. 15. Municipio de Ojós.

Fuente. Google earth. Elaboración propia,

⁹³ http://www.carm.es/econet/sicrem/PM_Censo2011/sec15_c33.html consultado el 19 de noviembre de 20013.

Ulea *Figura 5.16.*

El municipio de Ulea con 40,1Km² es el más cercano a la capital de la CARM, situándose a sólo 30 kilómetros⁹⁴ de la misma. Su población de 2011 es de 926 habitantes⁹⁵. Geográficamente está limitado al norte por *El Castillo*⁹⁶, al sur por el río Segura, y al oeste por el Salto de la Novia. Se han encontrado restos arqueológicos procedentes de diversas culturas; Íberos, Romanos, Árabes, de esta última destaca la Pila de la Reina Mora y un aljibe de mampostería. Conserva la iglesia más antigua del Valle, la Iglesia de San Bartolomé, declarada como Bien de Interés Cultural, fue construida en el siglo XVI y conserva su artesanado morisco.

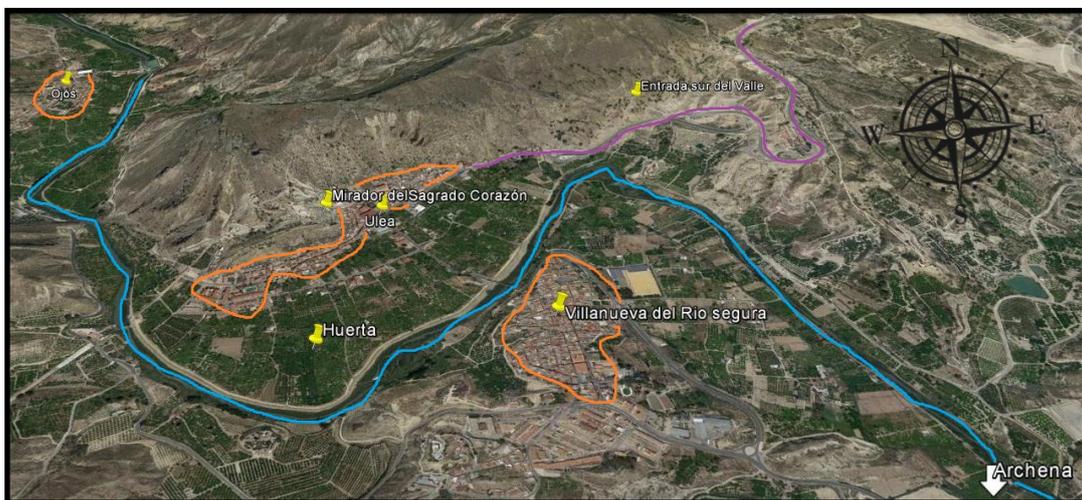


FIGURA 5. 16. Municipios de Ulea y Villanueva del río Segura

Fuente. Google earth. Elaboración propia.

⁹⁴ <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html> Consultado el 22 de noviembre de 2013.

⁹⁵ <http://www.carm.es/econet/sicrem/PM7/sec4.html> Consultado el 22 de noviembre de 2013.

⁹⁶ Lugar donde se instalaron los primeros moriscos a mediados del siglo XI. Está declarado Bien de Interés Cultural (BIC).

Villanueva del Rio Segura *Figura 5.16.*

Villanueva del Rio Segura es conocida como “corazón de la huerta” por la producción frutal que es la base de su economía. El municipio conserva diversas manifestaciones artísticas como la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción, en la que se conservan tallas del siglo XVI, las pinturas atribuidas a la escuela del Greco en la residencia de la tercera edad, o los cuadros atribuidos a Murillo de la casa de doña Isabel Pizarro.

5.3.4. El turismo en el Valle de Ricote

Los datos de oferta y demanda de alojamientos turísticos que el Itrem recoge de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos se presentan por producto turístico. En el caso de la demanda, distinguen tres productos: ciudades, costa e interior. El Valle de Ricote estaría dentro de los destinos de interior que a su vez se dividen en: Noroeste, Valle de Ricote-Balnearios, Centro, y Altiplano-Este. Según el Itrem, en el año 2013, el Valle der Ricote recibió un total de 64.993 viajeros, 56.224 de los cuales eran residentes en España (incluida la Región de Murcia), y 8.768 en el extranjero⁹⁷, pero estas cifras incluyen también el municipio de Archena, por lo que ha efectos de este trabajo no son representativas.

En el caso de la oferta, si se puede dar una cifra del destino turístico estudiado, ya que los datos se presentan por municipio, pero tienen una limitación en la oferta no reglada, de hecho cuando se consultan estos registros, se observa que el número de establecimientos es distinto que el que se percibe en las pruebas de observación directa.

Como se observa en las tablas siguientes, la oferta de alojamientos y establecimientos de restauración ha crecido en el periodo 2002/ 20013, pero igual que en el caso nacional y regional, esto no tiene por que ir acompañado de un

⁹⁷ [http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas de turismo?pagina=turismo-de-interior-viajeros-residentes-en-espana&mes desde=01&mes hasta=12&anu desde=2013&anu hasta=2013](http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas-de-turismo?pagina=turismo-de-interior-viajeros-residentes-en-espana&mes%20desde=01&mes%20hasta=12&anu%20desde=2013&anu%20hasta=2013) Consultado el 4 de abril de 2014.

crecimiento de la demanda. En el caso del *Valle de Ricote*, no existen datos de demanda fiables que nos permitan constatar ese desequilibrio.

La oferta de plazas de restauración está compuesta en gran parte por grandes establecimientos de celebraciones, la gastronomía de la zona no difiere mucho de la del resto de la Región de Murcia, sólo se podrían mencionar dos establecimientos que poseen una oferta gastronómica atrayente para el visitante: el restaurante el Sordo de Ricote especializado en carne de caza, y el restaurante Guara de comida vasca en la hostelería Conde de la Vallesa.

TABLA 5. 12. Evolución del número de establecimientos de restauración y de plazas. Periodo 2002-2013

	2002		2005		2010		2013	
	Esta.	Plazas	Esta.	Plazas	Esta.	Plazas	Esta.	Plazas
Abarán	7	538	8	1.089	9	1.167	10	1.243
Blanca	7	956	6	924	6	942	7	1.007
Ojós	1	35	2	1.150	2	1.150	2	1.150
Ricote	2	170	1	150	1	150	2	181
Ulea	0	0	1	250	2	324	2	324
Villanueva	3	180	3	180	0	0	0	0
TOTAL	20	1.879	21	3.743	20	3.733	23	3.905
Variación 2002-2013								
			Esta.	Plazas				
Absoluta			3	2.026				
Relativa			15,00%	107,82%				

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

La oferta de alojamientos se concentra en los alojamientos rurales, apenas tiene plazas hoteleras, y las que hay son de baja categoría, con excepción del hotel Conde de la Vallesa en Blanca, que es una mansión de estilo neoclásica del siglo XIX que se ha restaurado como hospedería rural, y que alberga el restaurante Guara de cocina Vasca mencionado anteriormente.

TABLA 5. 13. Evolución de número de establecimientos (E) y plazas hoteleras. Periodo 2002-2013 (P).

	Hoteles																
	2002		2005						2010				2013				
	1*		2*		1*		2*		3*		1*		2*		3*		
	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	
Abarán	1	55			1	55					1	55			1	55	
Blanca			1	20			1	20	1	23			1	20	1	23	
TOTAL	1	55	1	20	1	55	1	20	1	23	1	55	1	20	1	23	
			2	75					3	98				3	98	3	98

Pensiones				
2002		2005		
1*		3*		
E	P	E	P	
Ojós	1	9	1	23
TOTAL	1	9	1	23

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

Existe una amplia oferta de alojamientos rurales, algunos de buena calidad como los apartamentos de la Joya del Valle en la Finca Vista Hermosa en Villanueva del Segura, aunque en general, la planta está obsoleta y los precios son elevados.

TABLA 5. 14. Evolución Del número de establecimientos (E) y plazas (P) de alojamientos rurales

	2002		2005		2010		2013		Variación 2002-2013		
	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	
Abarán	3	13	3	13	2	8	3	14	Absoluta	11	53
Blanca	15	84	19	107	17	93	15	82	Relativa	33,33%	26,24%
Ojós	5	32	5	32	5	34	9	55			
Ricote	2	20	2	20	7	59	6	47			
Ulea	4	20	4	20	4	20	4	20			
Villanueva	4	33	9	50	8	43	7	37			
TOTAL	33	202	42	242	43	257	44	255			

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estudios Turísticos.

La oferta de apartamentos rurales incluye alguno de los apartamentos construidos en Villanueva del Segura que se encuentran situados en dos modernas urbanizaciones (Spa Valley y la Morra) que nada tienen que ver con el entorno que las rodea. Este es un claro ejemplo de un desarrollo turístico desordenado y poco coherente con la oferta característica del destino.

TABLA 5. 15. Evolución del número de establecimientos (E) y plazas (P) de apartamentos turísticos.

2010				2013						
Apartamentos				Apartamentos						
1 llave		3 llaves		1 llave		2 llaves		3 llaves		
E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	
Villanueva	1	2	9	22	19	56	2	4	2	6

Fuente. Elaboración propia a partir de datos Instituto de Estudios Turísticos

Para el análisis cualitativo se han tenido en cuenta varios documentos publicados en los últimos años sobre el turismo en el Valle de Ricote,

En el año 2014, la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia publicó *La demanda turística en la Región de Murcia. Turismo Rural. Verano 2013*.

En el año 2011, la empresa consultora Bajolalinea, realizó para la Consejería de Cultura y Turismo el informe *Valle de Ricote 2010*. En este documento, y en el mencionado anteriormente, el destino turístico está integrado por los seis municipios objeto de esta tesis más el municipio de Archena.

En el año 2013, la empresa consultora KPMG, a requerimiento de la Consejería de Empleo de la Región de Murcia, presentó el informe *Identificación de oportunidades generadoras de empleo en el sector turístico en la Comisión Local de Empleo del Valle de Ricote y Vega Alta* relativo al año 2012. En este documento, además de los municipios incluidos en los dos anteriores, incluye también el municipio de Cieza.

Estos tres trabajos van a ser la principal fuente bibliográfica para el estudio del turismo en el Valle de Ricote que se hará confrontando la información de todos ellos para poder llegar a una conclusión unificada.

NOMBRE DEL ESTUDIO	La demanda turística en la Región de Murcia. Turismo Rural. Verano 2013	Identificación de oportunidades generadoras de empleo en el sector turístico en la Comisión Local de Empleo del Valle de Ricote y Vega Alta	Valle de Ricote 2010
REALIZADO POR	Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia	KPMG	Bajolalinea
AÑO DE REFERENCIA	2013	2012	2010
PERFIL DEL TURISTA			
Procedencia	Comunidad valenciana: 23,1% - Andalucía: 7,7% - Castilla la Mancha: 38,5% - Resto: 30,7%		CARM: 21,9% - Resto de España: 53,7% - Extranjero: 24,4%
Edad	≤25 años: 17,6% - 26-35 años: 18% - 36-45 años: 44,3% - 46-55 años: 15,99% - 56-65 años: 3,7% - ≥65 años: 0,5%		
Profesión	Empleado: 52% - Tareas domésticas: 17,1% - Jubilado: 1,8% - Parado: 3,2% - Funcionario: 11,7% - Estudiante: 9% - Otros: 5,2%		
Compañía	Solo: 10,9% - Con familia: 61,9% - Con amigos: 18% - En pareja: 31% - En familia: 38% En pareja: 9,2%		
Número de personas	Solo: 10,9% - 2: 9,7% - 3-4: 67,7% - 5-6:10,9% - +7: 0,8%		
Sexo	Hombre: 38,3% - Mujer: 61,7%		

PREPARACIÓN DEL VIAJE			
Tiempo de planificación anterior	1-3 días: 20% - 4-7 días: 5% - 8-14 días: 20% - 15-30 días: 30% - 31-90 días: 20% - +90 días: 5%		
Reservado en el lugar de origen	Sólo alojamiento: 75% - Pensión completa: 10% - No reserva: 10%		
Organización de la visita	Por teléfono: 60% - Agencia de viajes: 13,3% - Agencia inmobiliaria: 5,6% - Internet / smartphone: 21,2%	La mayoría de los visitantes organizan su visita por internet (62%)	
Utilización de smartphone	Si: 35% - No: 65%		
Conocimiento del destino	De la Región de Murcia: Familiares y amigos: 55,6% - Anteriores visitas: 38,9% - Internet / redes sociales: 16,7% (100% internet) - Agencias de viajes: 16,7%	Internet, web especializadas y redes sociales: 63% - Medios tradicionales entre los que se encuentran las Agencias de Viajes revistas y publicaciones especializadas: 36%	Familiares/ amigos: 77,6% - Intenet: 10% - Agencia de viajes: 7,5% - Otros: 15,9%
Número de visitas realizadas	Repiten: 100% Viajes anteriores: 1: 22,2% - 2: 22,2% - 3: 11,1% - Todos los años: 22,5%	La primera: 46,8% 1-2: 17,9% - 3-4: 10% - 5-5: 7% - ≥ 7: 18,4%	

DURANTE EL VIAJE	
Medio de transporte	Vehículo particular: 99%
Duración de la estancia	<p>≤ 7 días: 69,3% - 8-15 días: 28,7% - 16-30 días: 2%</p> <p>La estancia media es de un fin de semana. La mayoría pernocta, al menos, una noche</p> <p>0 noches: 13,4% - -2 noches: 15% - 3-4 noches: 14,4% - 5-6 noches: 23,9% - 7-10 noches: 33,3% - Extranjeros: +7 noches: 38,8% - No pernoctan: 28,6% - Españoles: +7 noches: 31,6%</p> <p>No pernoctan: 8,6% - Estancias medias inferiores</p>
Alojamiento	<p>Casa rural: 9,6% - Establecimiento hotelero: 11,2% - Vivienda: 79,2% (96,2% propia y 3,8% alquilada)</p> <p>Hoteles: 60,7% - Vivienda de familiares y amigos: 18,4% - No alojado en destino: 10,9% - Casa rural: 4% - No alojado en Región de Murcia: 3% - Vivienda propia: 2%</p> <p>Vivienda alquilada: 1%</p> <p>Españoles: Hoteles: 69,7%</p> <p>Extranjeros: Hoteles: 32,7% - Viviendas familiares o amigos: 26,5%</p>
Gasto durante la estancia	<p>El gasto medio diario es de 71€, muy cercano al gasto medio turístico de la Región de Murcia que en 2011 era de 72€</p> <p>Gasto durante la estancia</p> <p>≤ 100€: 17,9% - 101-300: 16,9% - 301-600: 20,9% - 601-999: 8,5% - 1.000-1.999: 16,4% - ≥2000: 6,5%</p> <p>No hay mucha diferencia entre españoles y extranjeros</p>
Actividades realizadas	<p>Disfrutar de la naturaleza: 95% - Compras / servicios: 70% - Excursiones: 60% - Deportes o senderismo: 53,6% - Monumentos / Museos: 35% - Ocio nocturno: 20%</p>

Motivación de la visita	Naturaleza: 100% - Gastronomía: 80% - Deporte: 60% - Cultura: 30% - Sol y playa: 20% - Salud: 15%	Vacaciones, ocio y descanso: 81,6% - Visita a amigos o familiares: 14,9 - Motivos de salud: 12,9% - Españoles: Vacaciones: 83,6% - Visitar familiares y amigos: 10,5% Extranjeros: Vacaciones: 75,5% - Visitar familiares y amigos: 28,6%
Visita otras zonas de la región	Noroeste: 47,1% - Cartagena y comarca: 11,8% - La Manga: 11,8% - Valle de Ricote: 5,9% Visitas de otras zonas: Noroeste (3,6%) y Sierra Espuña (9,5%)	
VALORACIÓN		
Principales atractivos de RM	Clima: 60% - Gastronomía / ocio: 75% Paisaje / entorno: 45% - Precio: 38% - Familia y amigos: 15%	
Valoración de los servicios	Sobre 10 Cortesía, amabilidad personal de servicios: 8,5 - Información proporcionada sobre la zona: mapas, actividades: 8,4 - Confort del alojamiento: 8,1 - Profesionalidad personal de servicios: 8,1 - Oferta gastronómica: 8 - Relación calidad / precio del alojamiento: 8 -	Sobre 5 La ciudad tiene un patrimonio que merece la pena visitar: 3,92 - El personal que atiende al público es afectuoso y está abierto a la gente: 3,65 - Seguro caminando por esta ciudad: 3,48 - Calidad de la oferta gastronómica: 3,23 - El
		Sobre 10 Hospitalidad: 7,9 - Alojamiento: 7,5 - Señalización: 7,1 - Accesos: 7,0 - Seguridad: 7 - Conservación del entorno: 6,7 - Calidad precio destino: 6,4 - Restauración: 6,3 - Información turística: 5,7 - Transporte público: 5,2 - Oferta cultural y de ocio: 4,4 - Comercio: 4,4

Oferta actividades culturales: 8 - turismo es una prioridad
 Relación calidad precio resto de para los dirigentes de esta
 servicios: 7,8 - Acceso y ciudad: 2,81 -
 señalización para llegar: 7,4 - Transportes, accesos y
 Acceso a los puntos de interés: 7,4 comunicaciones facilitan la
 Puntos de información turística. visita de la ciudad y de otras
 7,3 - Oferta de ocio: 7,3 - Oferta de ciudades: 2,61 - El turismo
 actividades deportivas: 7,2 - tiene un importante impacto
 Oferta comercial: 7,2 - turístico en esta ciudad: 2,53 -
 Señalización vial dentro de la Muchas cosas variadas y
 zona: 6,8 - Equipamiento y diferentes para hacer aquí:
 servicios: 6,7 - Limpieza de 2,51 - La ciudad está limpia:
 caminos rurales y entorno: 5,8 2,45 - Calidad de los hoteles:
 2,45 - Espacios turísticos

Actividades de turismo deportivo
/ activo

Información turística: 8 - Calidad
 de las instalaciones / material: 7,9
 - Relación calidad / precios: 7,8 -
 Precios uso instalaciones/
 material: 7,7 - Precio de los
 servicios: 7,6 - Calidad de los
 servicios: 7,3 - Oferta de
 actividades: 7
 2,45 - Oferta de ocio nocturno
 es muy atractiva: 2,11 -
 Hoteles para cualquier
 presupuesto: 2

Aprovechamiento turístico del municipio	Se le saca el máximo rendimiento: 37% - - No se saca el máximo rendimiento: 63%		
Cumplimiento de expectativas	Por debajo: 46% - Igual: 14% - Supera: 40%		
Valoración general del destino turístico	Excelente: 19,9% - Bueno: 57,2% - Regular: 16,4% - Malo: 6,5%		
Volvería	No: 6% - Si: 94%		
Uso y valoración de otros servicios		Uso	Valoración
	Bares y cafeterías	95%	7,5
	Limpieza del entorno	93%	6,4
	Visita a entornos naturales	70,1%	6,3
	Tratamientos termales	67,7%	8,6
	Turismo activo / deportes	35,8%	3,9
	Oficina de turismo	29,9%	6
	Excursiones organizadas	29,9%	6,4
	Visita a museos	15,9%	6,7
	Guía turístico	8,5%	8,5
	Transporte público	8%	6
	Artesanía	8%	7,1
Agencia de viajes en destino	5,5%	8,8	

Lo que más le ha gustado del destino		La tranquilidad: 30,3% - El entorno: 21,1% - El clima:13,8% - El balneario, sus aguas: 13,8% - La hospitalidad, amabilidad:12,5% - El paisaje: 11,2 % - La naturaleza, el rio:9,2% - Otros: 18,4%
Aspectos a mejorar del destino		Mas ocio: 12,5% - El entorno: 10,4% La limpieza: 10,4% - Restauración:7,6% - Actividades: 6,9% - Comercio: 6,9% - Servicios: 6,9% - Accesos: 4,9% - Transporte público: 4,2% - Otros: 41,7%
VALORACIÓN DE LOS GESTORES		
Opinión de los agentes gestores	No existe una mesa de colaboración entre agentes públicos y privados en materia de turismo - La región y la población del Valle no conoce suficientemente todos los recursos y atractivos turísticos - Existe una baja mentalidad empresarial del sector turístico - Escasa presencia on line	

Como conclusión del análisis de los tres estudios se podría firmar lo siguiente:

Perfil del turista

La mayoría de los visitantes del Valle son nacionales que residen en la Comunidad Autónoma de Murcia o en comunidades colindantes. Son en su mayoría personas menores de 45 años que viajan en familia en grupos de 3 o 4 personas. Una mayoría del los visitantes son mujeres.

Preparación del viaje

Los visitantes del *Valle de Ricote* planifican su viaje con una antelación media de 8 a 30 días, reservando en origen solo el alojamiento. La mayoría de las visitas se organizan por teléfono y por internet; las contrataciones a través del smartphone todavía no están generalizadas. El destino se conoce por familiares y amigos y por visitas anteriores. Es un turista fiel, que en un porcentaje muy alto ya ha visitado antes el destino.

Durante el viaje

Vienen en vehículo propio. La estancia media es de menos de una semana. El turista es bastante fiel y suele repetir su visita en un alto porcentaje. En el alojamiento se ha encontrado mucha disparidad, el informe de *Bajolaliena* concluye que en su mayoría se alojan en hoteles y el de la Unidad de Estadística de la CARM dice que se alojan que en viviendas. Parece ser que el primero está más influenciado por el Balneario de Archena y que para el caso que aquí se trata es más representativo que se alojen en viviendas. El gasto medio diario es de 71€.

Las principales actividades que se realizan en el destino están relacionadas con el disfrute de la naturaleza, y esta es su principal motivación para acudir al destino.

Cuando visitan otro destino de la Región el más popular es la Comarca del Noroeste, sin embargo, muy pocos visitantes de otras zonas, acuden también al Valle de Ricote

Valoración del destino

Lo que más valoran de la Región de Murcia es su clima y su gastronomía

Coinciden en que la hospitalidad, el patrimonio cultural, gastronómico y natural, el alojamiento, y los accesos son los puntos fuertes del destino, sin embargo, consideran que la oferta alternativa es escasa y debería de cuidarse más el mantenimiento del entorno y la limpieza. En general, el visitante opina que no se le saca todo el rendimiento posible al destino. Su valoración general es buena y casi todos afirman que volverían.

Lo que más le gusta al visitante es la tranquilidad y el entorno y lo que mejoraría es más ocio, el cuidado del entorno y la limpieza

Opinión de los agentes gestores

Los agentes creen que no existe una mesa de colaboración pública privada, que la población del Valle no conoce suficientemente sus recursos turísticos y que hay poca mentalidad empresarial, así como una escasa presencia online.

El estudio realizado por KPMG “Identificación de oportunidades generadoras de empleo en el sector turístico en la Comisión Local de Empleo del Valle de Ricote y Vega Alta” presenta al final una serie de actuaciones que consisten en recomendaciones aisladas que no van encaminadas a diseñar el tan necesario producto turístico. El gobierno regional sigue con la política de contratar informes externos realizados por profesionales que no conocen la realidad del territorio. La situación no debe encararse como una suma de los municipios, sino como un todo que se desgrana en la aportación de cada uno. Hay que ir de lo general a lo particular y no al revés.

6. ESTUDIO EMPÍRICO. EL VALLE DE RICOTE.

En este capítulo se presenta el análisis empírico del destino turístico *Valle de Ricote* integrado por los municipios de Abarán, Blanca, Ojós, Ricote, Ulea y Villanueva del Río Segura⁹⁸. El estudio empieza con el resultado de las pruebas de observación directa realizadas en el destino turístico, y que han servido para hacer una descripción de la situación turística del Valle de Ricote y de sus municipios. Posteriormente, y a través de las entrevistas grupales e individuales y de las consultas a residentes y visitantes se han identificado las causas que han propiciado el estado de desarrollo turístico en el que se encuentra, con el objeto de identificar los indicadores de respuesta necesarios para asegurar el éxito de una gestión eficiente. Asimismo, se han extrapolado los resultados para proponer indicadores de desarrollo turístico válidos para otros destinos rurales integrados por un número de localidades pequeñas susceptibles de formar un *clúster* turístico.

6.1. RESULTADO DE LAS PRUEBAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA.

El *Valle de Ricote* tiene varias entradas desde la autovía, existen dos entradas por la zona sur, una a la altura de Archena, y otra a la altura de Ulea, y dos por la zona norte, una a la altura de Abarán, y otra a la altura de Blanca. Excepto la entrada por Ulea, que discurre por un paisaje atrayente y desemboca en un mirador que ofrece una panorámica muy característica del Valle, las otras tres entradas desmerecen el potencial del territorio al que dan acceso; a lo largo del camino se observan naves industriales, y los arcones están descuidados. En el *anexo 1* se recogen las fotos realizadas durante la prueba de observación directa

⁹⁸ Archena es geográficamente parte del Valle de Ricote pero no se incluye en este estudio por poseer una realidad turística muy diferenciada del resto.

Abarán es la localidad más poblada y la situada más al norte. Su casco urbano no está a la orilla del río, sino que se encuentra elevado, esto impide que pueda aprovechar toda la potencialidad turística del río. En la entrada noreste del municipio se han construido unas estructuras de hormigón, que rompen bruscamente con el entorno, para sujetar las casas construidas en una ladera. El casco urbano de Abarán está muy desordenado, es difícil aparcar, las calles son estrechas y están llenas de coches mal aparcados. Hay un solar grande en la entrada noroeste del pueblo a la altura de la ruta de las Norias que hace las veces de aparcamiento. El pueblo está descuidado, continuamente se observan pintadas en los edificios, fachadas desconchadas, aceras rotas, pilotes torcidos, cables eléctricos, etc. La oficina de turismo está situada dentro del centro cultural CIMA (Centro Integrado Multicultural de Abarán). Es un despacho interior dentro de este edificio, cuando lo deseable de una oficina de turismo es que estuviera en un lugar céntrico visible a cualquier visitante. La oficina la gestiona la misma persona que se encarga del área de Consumo y sólo trabaja media jornada, por lo que difícilmente puede atenderla eficazmente. Dentro de ese edificio hay también un museo costumbrista con una barbería, una sastrería antigua y otras piezas de la historia del municipio, el contenido es interesante y actualmente lo enseña la encargada de la oficina de turismo. Es complicado encontrar los sitios de interés turístico a lo largo del casco urbano, no hay señalizaciones, e incluso delante de los recursos patrimoniales no hay indicaciones explicativas. El material publicitario lo elabora la encargada de la oficina de turismo, sin ayuda de la Concejalía de Turismo. El mapa que se facilita a los visitantes no está ordenado, los puntos de interés no tienen una numeración correlativa por cercanía formando una ruta continua. Esos puntos deberían estar señalizados y ser perfectamente identificables con el monumento que se ve en cada momento. Se nota que la población joven ha emigrado, las calles están llenas de personas mayores paseando a sus nietos. El comercio no tiene un estilo cuidado ni moderno, no se ven comercios con productos turísticos.

La Ruta de las Norias es el principal atractivo turístico de Abarán. Este recurso recibió una fuerte financiación para su puesta en valor que consistió en reparar las norias y acondicionar y señalar el camino. El recorrido refleja la herencia musulmana materializada en las obras hidráulicas. El entorno no está

cuidado, se ha hecho un esfuerzo por acondicionar la zona, pero hay pintadas en todos los carteles informativos, en las paredes, y en el suelo al lado de la Noria Mayor. Esto denota acciones de vandalismo y una falta de actuaciones sancionadoras por parte de la Administración Pública. Hay mucha suciedad por toda la ruta. El río a veces ofrece parajes agradables, bonitos y apacibles, muy adecuado para el desarrollo de un turismo *slow*, pero son afeados por las construcciones, la basura y los cables eléctricos. Las veces que se ha visitado durante la fase de observación y de consulta, no se han visto visitantes en esta ruta, sino residentes que la aprovechan para realizar deporte. En el término municipal de Abarán se encuentra uno de los parajes más singulares del río, el “Paraje del Jarral”, es una represa con una pendiente muy atractiva para las empresas de turismo activo que gestionan los descensos. Sin embargo, hasta ahora ha sido explotado por empresas de turismo activo de Blanca, ya que hasta el año 2014 no se ha constituido ninguna de este tipo en Abarán.

Otros recursos turísticos son el teatro Cervantes y la explanada de la ermita de San Cosme y San Damián. Aunque la potencialidad del municipio no se encuentra en el casco urbano, sino en el entorno, en el río, en la sierra, y en el granero fortificado colectivo de Andaraix de época almohade que la asociación cultural La Carrahila lucha por restaurar y poner en valor.

El acceso a Blanca es algo más atractivo que el de Abarán, y la señalización es buena. Existen dos accesos desde la autovía, uno al norte que pasa por Abarán, y otro que transcurre por un camino de servicio que desemboca al sur del Azud de Ojós y que ofrece un paisaje más cuidado. Blanca es un municipio que vive de cara al río, desde el mirador del Alto Bayna con vistas al Azud de Ojós, pasando por los paseos y los puentes. El pueblo está cuidado, no se ve mucha suciedad, y las basuras están soterradas. Es un pueblo que ha apostado por el turismo, impulsado por su alcalde que lleva gestionando el municipio durante 18 años.

La localidad tiene una interesante oferta cultural. Hay muchas obras de arte colocadas en distintos rincones del pueblo, y en el museo del agua, donde se acoge la oficina de turismo, y se realizan exposiciones temporales de artistas de la zona. El pintor Pedro Cano, natural de Blanca, tiene allí una fundación que gestiona un museo donde se expone su pintura. Pero quizás el recurso cultural más sorprendente sea la Fundación Negras que es un centro de investigación y

creación contemporánea que fomenta el arte y que acoge en residencia a artistas modernos para que puedan desarrollar su obra, y además organiza jornadas, congresos y otros actos culturales. La Fundación Negras tiene su sede en unos antiguos corrales del casco antiguo de Blanca, lo cual le confiere un carácter pintoresco que la hace aún más atractiva. Blanca participa desde el año 2009 en la red internacional Villa del Libro, cuyo objetivo es llevar los libros a la población, y ha creado una cita anual de literatura independiente, la SELIN (semana de la edición y la literatura independiente) en la que se dan cita editores y escritores. El casco antiguo está restaurado y lleno de callejuelas pequeñas y casas bien conservadas. Algunos vecinos adornan sus fachadas, y el conjunto resulta armonioso. Está construido en la ladera de una montaña, y en cuya cima hay un castillo. El castillo es sencillo, no está muy restaurado, pero tampoco se ve abandonado. La oficina de turismo, situada en el museo del agua, está gestionada por una empresa privada. Es un centro de interpretación en el que se pueden ver maquetas de la zona, y una turbina hidráulica restaurada. Al haber un salto de agua, fue de los primeros lugares en los que se instaló la luz eléctrica en España, y en 1893 se celebró la primera corrida de toros en el país con luz eléctrica.

Las fiestas de los encierros taurinos de agosto se celebran en torno a una plaza de toros prefabricada en la plaza del Ayuntamiento y de las barras de bar que se montan en la orilla del río. Hay comercios que venden artículos de souvenir relacionados con este evento. Pero sin duda, la atracción más demandada del municipio de Blanca es el descenso del Río Segura. Hay 5 empresas de turismo activo que operan en el municipio, ofreciendo un recorrido que va desde el puente de hierro de Cieza hasta Blanca. En la temporada de mayo a septiembre, cada fin de semana, entre 1.000 y 1.500 personas hacen el recorrido.

Ojós es un pequeño municipio de apenas 500 habitantes que conserva un paisaje reminiscente de la época árabe. Se puede acceder desde el norte del Valle cruzando Abarán y Blanca, desde el sur, cruzando Ulea y Villanueva del Río Segura o por el camino de servicio anteriormente mencionada que desemboca al sur del Azud de Ojós, y que pertenece al municipio de Blanca. No tiene oficina de turismo, sólo Blanca y Albarán tienen oficina de turismo, el resto de municipios distribuyen su material promocional a través de la oficina de Archena, que no funciona como oficina de turismo del destino *Valle de Ricote*. El pueblo son apenas

algunas casas en la carretera y está cuidado. El exterior de las casas está decorado con plantas que los habitantes se preocupan de cuidar, mostrando un interés por la imagen del pueblo. Hay empleados del Ayuntamiento que riegan las plantas de la calle, pero también aprovechan y cuidan las de los vecinos. Los lugares de interés están señalizados y hay folletos con mucha información para ser un pueblo tan pequeño. Hay una ruta marcada con carteles de los principales sitios turísticos para que el turista la siga y que lleva callejeando por todo el casco urbano. Hay una calle (la calle de San José) llena de plantas que ha sido fotografiada en múltiples ocasiones, ha salido en revistas, e incluso ha ganado algún premio. Por el margen del río discurre un sendero y hay un lavadero restaurado. Ojós tiene un recurso gastronómico muy peculiar, que es bastante popular y cuyo nombre es muy conocido, se trata de los Bizcochos Borrachos.

El camino que sube de Ojós a Ricote tiene un mirador desde el que se percibe la esencia árabe del Valle. Ricote es el único pueblo del Valle que no está en la orilla del Río Segura, sino en alto, y por tanto, no posee el encanto del Valle pero tiene una sierra con muchas posibilidades para realizar actividades en la naturaleza. De hecho, existen rutas de senderismo y de bicicleta, y hay varios sectores de escalada muy apreciados por los aficionados a este deporte, entre los que destacan el sector “las Vívoras” y “Piedralisa”. Todos los años se celebra la carrera “Ricotetrail” dentro del circuito regional de carreras de montaña. El entorno natural está cuidado, pero el casco urbano está abandonado, exceptuando un par de calles del centro, hay solares abandonados llenos de escombros, y casas con las fachadas desconchadas. Los únicos atractivos turísticos que se pueden encontrar en el casco urbano son la Iglesia y el Ayuntamiento. Pero Ricote tiene dos recursos gastronómicos con capacidad de atracción turística; uno es el Restaurante el Sordo especializado en carne de caza y muy afamado en toda la región, y el otro es su vino. Dos productos que dan fuerza al nombre del municipio posicionándolo como una marca y que el Ayuntamiento no aprovecha lo suficiente para su estrategia de desarrollo turístico.

El acceso a Ulea se hace por una carretera un poco sinuosa pero con una buena vista del Valle, antes de la entrada del pueblo por el noreste hay un mirador. El casco urbano está cuidado y el pueblo tiene vida y gente joven. En la plaza está la Iglesia de San Bartolome que conserva el artesanado morisco, una

casa rural, el Ayuntamiento y la casa del Obispo (una casa restaurada con la fachada rosa). Hay muchos carteles interpretativos del patrimonio. Ulea tiene un mirador en la zona norte del pueblo, el Sagrado Corazón, desde el que hay una buena vista del Valle y se divisa hasta el pueblo de Ricote. Hay una noria restaurada con fondos europeos. Esta muy bien conservada, pero el cartel y la zona de esparcimiento inmediatamente anterior, están pintarrajeados con grafitis. Los coches llegan hasta el centro del pueblo, es un pueblo muy pequeño y podría limitarse el acceso de vehículos. El municipio está arreglado para el disfrute de sus residentes, tiene paseos y la estructura es agradable, de hecho se ve mucha gente paseando. Hay muchos bares, lo cual denota que es un municipio activo con vida en la calle.

Al otro lado del margen del río, enfrente de Ulea, se encuentra el pueblo de Villanueva del Río Segura, es un pueblo pequeño con la plaza de la iglesia a la entrada, y cuyo mayor atractivo son los miradores que se han construido hacia el paisaje hortelano. La huerta en esta zona es muy atractiva y los miradores ofrecen una vista espectacular al atardecer, por lo demás, el pueblo se ve con muy poca vida. Los habitantes trabajan mayoritariamente en la huerta, por lo que durante el día las calles del casco urbano se quedan desiertas, y existe muy poca oferta comercial y gastronómica.

El Valle de Ricote forma un conjunto único más allá de los municipios que lo forman. El paisaje es unitario y mantiene la esencia de su pasado musulmán a lo largo del curso del río. El terreno es abrupto y no permite la construcción de modernas vías de comunicación entre los municipios, que por otro lado alterarían su valor paisajístico, a pesar de ello, la comunicación por carretera entre los municipios no es mala, lo cual permite conectar los recursos turísticos de todas las circunscripciones. El Valle ofrece recursos turísticos compartidos por más de un municipio, como son la cultura, las sierras, la huerta, el paisaje, las obras hidráulicas y el río Segura que deben ser consumidos como parte de un único destino.

Se han elaborado siete fichas (*figuras 6.1 a 6.6*) que resumen una valoración de los seis municipios tras la prueba de observación directa y del Valle en su conjunto (*figura 6.7*). Se ha valorado cada aspecto según una escala de 1 a 10.

Nombre del municipio: Abarán					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 13.157					
Situación: zona norte del valle, en la orilla del río. El casco urbano está elevado y no vive de cara al río					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	6	Comercio	Interés turístico	1
	Atractivo del acceso	1		Atractivo	1
Casco urbano	Comodidad	1	Información turística	Accesibilidad	1
	Atractivo	1		Recursos materiales y humanos	1
	Mantenimiento	1		Calidad	1
Entorno	Atractivo	7	Señalización turística	Indicativa	1
	Mantenimiento	3		Explicativa	1
Recursos					
		Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter
Ruta de las norias		9	2	2	Natural/ Cultural
Museo costumbrista		6	1	8	Cultural
Descenso del Río		10	2	4	Natural
Paraje del Jarral		6	1	2	Natural
Teatro Cervantes		2	1	8	Cultural
Ermita de San Cosme y San Damián		3	1	8	Cultural
Granero fortificado		9	1	5	Cultural
Independencia turística			4		
Implicación del residente			2		
Iniciativa empresarial en materia de turismo			2		
Implicación política			2		

FIGURA 6. 1. Ficha de valoración del municipio de Abarán

Nombre del municipio: Blanca					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes:6.460					
Situación: zona norte del valle, en la orilla del rio.					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	6	Comercio	Interés turístico	4
	Atractivo del acceso	1		Atractivo	4
Casco urbano	Comodidad	5	Información turística	Accesibilidad	8
	Atractivo	8		Recursos materiales y humanos	6
	Mantenimiento	8		Calidad	6
Entorno	Atractivo	8	Señalización turística	Indicativa	9
	Mantenimiento	6		Explicativa	9
Recursos					
	Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Descenso del Río segura	10	10	9	Natural	
Infraestructuras del Río	6	8	9	Natural / cultural	
Casco antiguo	7	4	8	Cultural	
Oferta cultural	9	4	10	Cultural	
Castillo	5	3	6	Cultural	
Encierros taurinos	6	5	8	Cultural	
Independencia turística		8			
Implicación del residente		7			
Iniciativa empresarial en materia de turismo		7			
Implicación política		8			

FIGURA 6. 2. Ficha de valoración del municipio de Blanca

Nombre del municipio: Ojós					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 531					
Situación: zona centro del valle, en la orilla del río					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	4	Comercio	Interés turístico	1
	Atractivo del acceso	4		Atractivo	1
Casco urbano	Comodidad	7	Información turística	Accesibilidad	1
	Atractivo	6		Recursos materiales y humanos	1
	Mantenimiento	3		Calidad	3
Entorno	Atractivo	9	Señalización turística	Indicativa	9
	Mantenimiento	8		Explicativa	7
Recursos					
	Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Paisaje musulmán	10	9	8	Natural / cultural	
Casco urbano	5	8	9	Cultural	
Sendero morisco	7	8	8	Natural	
Lavadero	5	5	10	Cultural	
Bizcochos Borrachos	8	8	8	Cultural	
Independencia turística			1		
Implicación del residente			8		
Iniciativa empresarial en materia de turismo			-		
Implicación política			8		

FIGURA 6. 3. Ficha de valoración del municipio de Ojós

Nombre del municipio: Ricote					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 1.417					
Situación: zona centro del valle, en la sierra, no está a la orilla del río					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	5	Comercio	Interés turístico	3
	Atractivo del acceso	9		Atractivo	1
Casco urbano	Comodidad	3	Información turística	Accesibilidad	1
	Atractivo	1		Recursos materiales y humanos	1
	Mantenimiento	1		Calidad	1
Entorno	Atractivo	10	Señalización turística	Explicativa	3
	Mantenimiento	8		Indicativa	4
Recursos					
	Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Sierra	10	8	8	Natural	
Turismo activo	10	8	8	Natural	
Gastronomía	8	3	4	Cultural	
Arquitectura casco urbano	1	2	1		
Olivera centenaria	7	6	9	Natural/ Cultural	
Independencia turística			5		
Implicación del residente			2		
Iniciativa empresarial en materia de turismo			5		
Implicación política			1		

FIGURA 6. 4. Ficha de valoración del municipio de Ricote

Nombre del municipio: Ulea					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 935					
Situación: zona sur del valle, a la orilla del rio pero sin fundirse con el					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	9	Comercio	Interés turístico	1
	Atractivo del acceso	9		Atractivo	1
Casco urbano	Comodidad	7	Información turística	Accesibilidad	1
	Atractivo	6		Recursos materiales y humanos	2
	Mantenimiento	7		Calidad	2
Entrono	Atractivo	8	Señalización turística	Indicativa	9
	Aprovechamiento	8		Explicativa	10
Recursos					
	Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Arquitectura urbana	7	6	7	Cultural	
Iglesia de San Bartolomé	8	5	9	Cultural	
Mirador del Sagrado Corazón	9	4	7	Natural / Cultural	
Paisaje Hortelano	9	7	8	Natural / Cultural	
Noria	6	2	5	Cultural	
Independencia turística			3		
Implicación del residente			8		
Iniciativa empresarial en materia de turismo			-		
Implicación política			9		

FIGURA 6. 5. Ficha de valoración del municipio de Ulea

Nombre del municipio: Villanueva del Rio Segura					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 2.449					
Situación: zona sur del valle, a la orilla del rio pero ligeramente elevado					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	8	Comercio	Interés turístico	1
	Atractivo del acceso	9		Atractivo	1
Casco urbano	Comodidad	6	Información turística	Accesibilidad	1
	Atractivo	1		Recursos materiales y humanos	1
	Mantenimiento	7		Calidad	1
Entorno	Atractivo	8	Señalización turística	Indicativa	6
	Aprovechamiento	8		Explicativa	4
Recursos					
	Interés	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Miradores	8	8	8	Natural	
Paisaje hortelano	8	6	8	Natural / Cultural	
Independencia turística			1		
Implicación del residente			6		
Iniciativa empresarial en materia de turismo			-		
Implicación política			2		

FIGURA 6. 6. Ficha de valoración del municipio de Villanueva del Rio Segura

El Valle parece dividirse en dos partes muy diferenciadas, marcadas por la cercanía de los municipios y por el tamaño de los mismos. Abarán y Blanca formarían una primera parte, son los municipios más grandes e independientes económicamente, y cuya sociedad y casco urbano se alejan del concepto rural y se acercan más al de ciudad; los dos municipios se encuentran cercanos en la zona norte del Valle. Por su parte, Ojós, Ricote, Ulea y Villanueva del Rio Segura

forman la otra parte diferenciada que se caracteriza por unos núcleos urbanos muy pequeños y muy anclados en las tradiciones rurales; estos cuatro municipios se sitúan en la zona centro y sur del Valle.

Al igual que se ha hecho con los distintos municipios, se presenta una ficha valorativa del *Valle de Ricote* en su conjunto.

Destino turístico Valle de Ricote					
Destino turístico al que pertenece: Valle de Ricote					
Habitantes: 24.949					
Situación: zona centro de la Región de Murcia					
Accesos	Accesibilidad desde la autovía	10	Comercio	Interés turístico	1
	Atractivo del acceso	6		Atractivo	1
Entorno	Comodidad	9	Información turística	Accesibilidad	3
	Atractivo	10		Recursos materiales y humanos	3
	Mantenimiento	7		Calidad	4
Entorno	Atractivo	10	Señalización turística	Indicativa	6
	Aprovechamiento	4		Explicativa	5
Recursos					
	Inter	Aprovechamiento	Conservación	Carácter	
Rio Segura	10	8	8	Natural	
Sierra de Ricote	10	8	8	Natural	
Paisaje huertano	10	6	7	Natural / Cultural	
Cultura musulmana	10	4	4	Cultural	
Gastronomía	7	4	5	Cultural	
Singularidad por aislamiento	8	4	5	Cultural	
Independencia turística			8		
Interés turístico			10		

Implicación del residente	4
Iniciativa empresarial en materia de turismo	4
Implicación política	2
Potencial de complementariedad con otros destinos	10
Imagen de marca	5
Sinergia de de los municipios	10

FIGURA 6. 7. Ficha de valoración del *Valle de Ricote*

Como resultado de esta prueba de observación directa se podría decir que, en términos generales, se ha invertido en mejorar los recursos de los municipios y en los accesos a cada uno de ellos, si bien, es cierto que una orografía como la del Valle no permite cierto tipo de infraestructuras. Algunos municipios tienen atractivos evidentes, pero en ocasiones no están bien mantenidos, como es el caso de los municipios de Abarán y Ricote, lo que hace que las inversiones realizadas en materia turística no hayan cumplido los objetivos previstos de dinamización y desarrollo. Otros municipios son tan pequeños (Ulea, Ojós, Villanueva) que por mucho que cuiden su patrimonio, difícilmente pueden tener capacidad de atracción por sí solos, y deberían de complementarse con los atractivos de otras localidades: descensos del río, actividades de escalada, actividades culturales, termalismo... Un visitante difícilmente puede quedarse más de unas horas en cualquiera de los municipios del *Valle de Ricote*. Solo Blanca parece tener independencia turística y cuida sus recursos.

Aunque todos los programas de desarrollo instrumentados a través de la iniciativa LEADER así como la creación de la Asociación para el Desarrollo Rural Integrado de los Municipios de la Vega del Segura, los planes de dinamización, la mancomunidad, el consorcio o las iniciativas del proyecto *slow* tenían como objetivo crear un producto turístico unificado bajo la marca paraguas del *Valle de Ricote*, la realidad es que las mayores inversiones realizadas han sido en infraestructuras de los municipios, y no se ha llegado a crear un verdadero producto turístico del destino *Valle de Ricote*. Se han realizado algunas acciones promocionales como carteles, publicidad y la creación de una página web, pero

todos esos esfuerzos se han abandonado. Esta realidad nos muestra que proyectos emprendidos no han cumplido sus objetivos.

El 29 de septiembre de 2014 el Instituto de Turismo de la Región de Murcia anunció que el Valle de Ricote entraba a formar parte de una red de destinos mediterráneos de turismo sostenible al adherirse al proyecto “wellcomed”, en palabras de la directora del Itrem, “se trata de una iniciativa de escala internacional que promueve el desarrollo económico de zonas mediterráneas de gran potencial turístico, siempre bajo la perspectiva del turismo sostenible”. Es un proyecto coordinado por la Fundación Universidad Empresa que persigue potenciar la comercialización de los productos turísticos que ofrece el *Valle de Ricote*, sus rutas e itinerarios, para lo que cuenta con la participación conjunta de ayuntamientos, operadores turísticos, empresas y asociaciones empresariales, así como pequeños comerciantes, restauradores y artesanos.

Entre las medidas específicas que propone este programa se encuentran la creación de paquetes flexibles adaptados al turista, y la distribución y venta de los mismos a través de Internet. Para todo ello, se creará una marca del proyecto y se pondrá en marcha una web multilingüe, que contendrá secciones específicas dedicadas a información en tiempo real y eventos, paquetes turísticos, principales destinos y descarga de APPs para turistas (La Opinión, 2014). Quizá sea una nueva oportunidad de impulsar el desarrollo turístico del *Valle de Ricote*, pero no se debe olvidar que el problema es profundo y que antes de tomar medidas de comercialización se deben establecer los mecanismos que garanticen la colaboración y cooperación entre todos los agentes implicados para crear un producto turístico competitivo.

6.2. ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS GRUPALES Y DE LAS ENTREVISTAS A EXPERTOS EN PROFUNDIDAD

Las entrevistas individuales en profundidad y las entrevistas grupales a expertos que se han realizado aportan una valiosa información para confirmar la falta de producto turístico y los pocos rendimientos obtenidos de los planes de desarrollo turístico emprendidos, así como sobre las causas de este desenlace. Para establecer un criterio de selección de los entrevistados individuales y de la composición de las entrevistas grupales se hizo una ronda previa de entrevistas

desestructuradas en todos los municipios, a personas relacionadas con el sector turístico entre los que se encontraban técnicos de turismo, políticos y empresarios. En el *capítulo 1* se detallan las entrevistas realizadas en esta primera ronda. No se puede decir que haya un perfil tipo de profesional que aporte la información más útil en materia de turismo. En algunos municipios hay políticos con un profundo conocimiento de la realidad turística, pero en otros casos, son los técnicos o los empresarios los que aportan una información más valiosa. Durante la ronda previa se ha tratado de conseguir el espectro más variado posible que representara a todos los municipios, y a todos los agentes, públicos y privados, implicados en la gestión turística. En general, la accesibilidad a todos ellos ha sido buena, y han colaborado con interés, en muy pocos casos se ha prescindido de la cooperación de las personas seleccionadas, por lo que el criterio de selección ha sido el interés del entrevistado para el objetivo de esta tesis según el juicio de la autora y no la accesibilidad o disponibilidad de los mismos.

Tras realizar la ronda previa de entrevistas desestructuradas se tomaron las siguientes decisiones:

1. Considerar la técnica de las entrevistas grupales como una metodología útil para el desarrollo de esta investigación. Las entrevistas grupales se consideran una metodología válida para la investigación en turismo (Callejo Gallego, Gutierréz Brito, & Viedma Rojas, 2003, pág. 263) (Gutiérrez Brito (Coor), 2007, pág. 163) (Veal A. , 2011, pág. 245) y han sido utilizadas en estudios de turismo rural (Pulido Fernández & Cárdenas García, 2011). Se descarta la posibilidad de realizar una entrevista grupal en la que participen representantes de todos los municipios debido a que se observa que la cooperación entre ellos es muy escasa y que existen rivalidades. Además, la realidad social y económica de los municipios más grandes como Abarán y Blanca es distinta que la de los municipios pequeños, por lo que es dudable la eficacia de una entrevista grupal con participantes tan dispares.

2. Plantear la opción alternativa de realizar una entrevista grupal en cada uno de los municipios, pero se observa que en los municipios más pequeños es difícil encontrar suficientes personas implicadas en la gestión turística que posean conocimientos útiles para el desarrollo de una entrevista grupal. Se decide por tanto realizar las entrevistas grupales sólo en los

municipios más grandes; Abarán y Blanca. La aportación de los municipios pequeños se suple a través del resto de pruebas realizadas en el desarrollo de esta tesis.

3. El criterio de selección de los participantes de las entrevistas grupales ha sido conseguir la mayor variedad posible de profesionales implicados, y seleccionar aquellos agentes que según criterio de la investigadora basado en las pruebas realizadas hasta el momento, estuvieran más implicados en el desarrollo turístico del municipio y poseyeran un mayor conocimiento del mismo. La mayor limitación que se ha encontrado es que algunas personas cuya aportación podía ser interesante, no se han incluido en los grupos por considerar que podían dominarlo e intimidarlo y limitar por tanto la eficacia del mismo. La heterogeneidad aumenta la amplitud de las experiencias, percepciones u opiniones, pero conlleva el riesgo de conflictos entre los miembros del grupo con una consiguiente menor productividad y diversidad de la información (Gil Flores, 1992-1993, pág. 204) (Gutiérrez Brito (Coor), 2007, pág. 167) .

4. Una de las principales situaciones que se detecta en las pruebas realizadas previas a la selección de los entrevistados es la falta de una idea de destino turístico global de todo el *Valle de Ricote* por parte de cada uno de los municipios. Este descubrimiento induce a buscar la colaboración de agentes turísticos que teniendo un profundo conocimiento del Valle, no están implicados de forma personal en ningún municipio concreto, y por tanto no tienen una visión partidista y pueden contemplar el destino turístico como un todo que se aprovecha de la sinergia de los municipios que lo componen. Bajo esta perspectiva se han realizado las entrevistas del Director General de Turismo de la CARM en el momento de realización de esta prueba, del Gerente del Balneario de Archena, y de la que fue Gerente del Consorcio Valle de Ricote.

5. La ronda de entrevistas en profundidad a expertos se completa con la entrevista a un representante del sector empresarial, y a otro del ámbito cultural, dos aéreas que se consideró necesario reforzar. La primera, el área empresarial, porque el sector privado es el que realmente desarrolla la actividad turística, y se creyó que la opinión de sus representantes merecía una atención mayor que la que se le otorga en las entrevistas grupales. El

segundo, el cultural, porque durante toda esta tesis se insiste en la importancia de la herencia cultural de este destino turístico y de su potencialidad como recurso turístico.

El tratamiento de las entrevistas ha seguido el siguiente proceso:

a) Transcripción escrita de los documentos de audio.

b) Aplicación de la metodología del “diagrama de afinidad” utilizada ampliamente en la gestión de calidad y en la gestión empresarial, y que consiste en agrupar por temas un gran número de ideas, y ayuda a identificar las situaciones importantes (Fleitman, 2008, pág. 66) (Castaneda Martínez, 2000, pág. 171) (Palomo Vellido, 2008, pág. 244). Es una herramienta que sirve para agrupar ideas que tienen relación entre ellas y permite extraer de un amplio conjunto de información, las ideas claves, se emplea fundamentalmente en la fase de planificación de gestión (Sangüesa Sánchez, Mateo Dueñas, & Ilzarbe Izquierdo, 2006, pág. 105).

Cada agrupación de opiniones se ha definido como una categoría que representa las ideas más relevantes del desarrollo turístico del *Valle de Ricote*. Para ello se han considerado las ideas más repetidas por los entrevistados y las inquietudes de la autora de esta tesis, maduradas durante todo el proceso de investigación. Se han definido nueve categorías, las tres primeras aportan información sobre la realidad turística del destino, y el resto aportan información sobre la gestión y el comportamiento de los distintos agentes turísticos.

Las categorías definidas han sido:

1. Composición del Valle de Ricote.
2. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos.
3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del *Valle de Ricote*.
4. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.
5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado.
6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios.

9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores.

c) Clasificación de las contestaciones de cada entrevistado en las categorías expuestas en el punto anterior. Para mantener el anonimato de los participantes en las entrevistas, no se ha especificado el nombre del experto al que se le atribuye cada afirmación, y sólo se ha indicado: experto 1, experto 2, etc. En el *capítulo 1* de esta tesis se especifica el nombre y la relación con la gestión turística de los participantes en esta prueba.

d) Dentro de cada categoría se han definido varias subcategorías que clasifican y ordenan las ideas más repetidas.

e) Jerarquización de las subcategorías dentro de cada una de las nueve categorías definidas anteriormente, de tal manera que se puedan identificar las ideas más repetidas en cada una de las categorías propuestas. Se han sumado las respuestas en cada subcategoría y se han jerarquizado de mayor a menor. Se ha seguido el siguiente criterio:

- Cada idea se asocia sólo una vez a cada experto, aunque la haya repetido varias veces. Se ha contabilizado cuantos expertos han manifestado ideas a favor de cada subcategoría.

- Cada opinión se asocia a una sola subcategoría, no se han establecido relaciones entre ellas con el objetivo de no duplicar ideas que desvirtuaran el resultado de este análisis.

f) Interpretación del resultado. Gil Flores (1992-1993, pág. 208), refiriéndose a las entrevistas grupales, afirma que la interpretación se basa en un amplio conocimiento por parte del analista del macrosistema representado en el grupo, y que el análisis se centraría en los elementos que atraen la atención del analista por su especial relevancia para el tema de estudio.

g) Se ha realizado una tabla resumen en la que aparecen todas las categorías y la jerarquización de sus correspondientes subcategorías. Esta tabla permite elaborar una conclusión sobre cada uno de los aspectos valorados (categorías), y permite diseñar cuales son los indicadores de respuesta más relevantes para el

desarrollo de un destino turístico rural, y que emanan de la opinión de los agentes locales

El resultado se presenta en 3 fases. En una primera fase se muestra el resultado de cada grupo de entrevistas: entrevistas individuales, entrevista grupal de Abarán, y entrevista grupal de Blanca clasificado por categorías. En una segunda fase se fusionan todas las entrevistas para obtener un resultado completo por categorías, y por último, se extraen las subcategorías más relevantes de cada categoría y se presentan en una tabla única.

6.2.1. Análisis cualitativo de las entrevistas semiestructuradas en profundidad a expertos

En este apartado se han clasificado las respuestas de las entrevistas semiestructuradas en profundidad agrupándolas por categorías. Para todas las categorías se ha realizado una tabla que consta de dos partes, en la primera parte se recoge la aportación de cada experto a la categoría, y en la segunda se recogen todas las ideas jerarquizadas de esa categoría. La jerarquía se ha establecido en función del número de veces que una misma idea ha sido mencionada por distintos expertos. El objetivo de este tipo de análisis es detectar cuales son los aspectos que los expertos consideran más relevantes y que más condicionan el desarrollo turístico de un municipio rural. Los indicadores de respuesta que se establezcan estarán basados en estas aportaciones.

Para cada tabla se acompaña un comentario explicativo y valorativo de las ideas que en ella se recogen, así como aportaciones de la investigación.

Categoría 1. Composición del Valle de Ricote

Existe una mayor inclinación a considerar que Archena es del *Valle de Ricote* por cuestiones geográficas y paisajísticas aunque tenga una composición social distinta y aunque históricamente perteneciera la Orden de San Juan y no a la de Santiago como el resto de los municipios, y aunque su producto turístico sea distinto del resto de municipios. Cieza sin embargo se considera fuera del *Valle de Ricote*, es “la puerta del *Valle de Ricote*” tanto histórica como geográficamente. De

hecho Cieza no perteneció al Consorcio del *Valle de Ricote*, sino al de Almadenes⁹⁹, aunque esto obedece más bien a razones políticas ya que Cieza es un municipio grande y el resto de municipios no querían que participara por miedo a que les hiciera sombra.

TABLA 6. 1. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Composición del Valle de Ricote.

Experto 1	Experto 2
Cieza no pertenece geográficamente	Archena no pertenece históricamente
Archena si pertenece geográficamente pero tiene un producto turístico demasiado potente	Archena y Cieza son del Valle de Ricote
Experto 3	
Cieza no es históricamente del Valle	
Cieza no pertenecía al consorcio del Valle de Ricote, sino a Almadenes	
Cieza tiene muchos habitantes, y el resto de municipios no quería que entrara en el consorcio	
Las características de Cieza son distintas, es más “ciudad”	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones ¹⁰⁰
Cieza no pertenece históricamente al Valle de Ricote	2
Archena si pertenece geográficamente al Valle pero tiene un producto turístico independiente	2
Archena no pertenece históricamente al Valle de Ricote	1
Cieza no pertenece geográficamente al Valle de Ricote	1
Cieza si pertenece al Valle de Ricote	1
Cieza posee características distintas al resto del Valle de Ricote	1
Cieza no pertenecía al Consorcio del Valle de Ricote	1

⁹⁹ El Consorcio de Almadenes se creó para preservar el paraje del Cañón de Almadenes, situado al norte del Valle de Ricote, y en el que participaron los municipios de Cieza y Calasparra.

¹⁰⁰ En esta columna se contabiliza el número de veces que se ha repetido una idea.

Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos.

El Valle podría tener una gestión similar a destinos como el Valle del Jerte, Grazalema, Córdoba o Lorca. Algunas de las ideas más importables serían la de mantener un estilo de construcción homogéneo para conservar la identidad del destino, y tratar de ampliar la oferta turística con propuestas creativas.

TABLA 6. 2. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos

Experto 1	Experto 3
El Valle del Jerte dinamiza su comarca	Andalucía. Seguir un patrón común a la hora de restaurar el patrimonio arquitectónico (Grazalema) Córdoba. Visitas nocturnas Lorca. Teatralización
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Valle del Jerte	1
Grazalema	1
Córdoba	1
Lorca	1

Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del *Valle de Ricote*.

La huerta y la agricultura son el recurso turístico más explotable del Valle de Ricote. Esta actividad está muy ligada al agua y a las infraestructuras que quedaron como herencia musulmana; azudes, acequias y norias. El río es la columna vertebral del *Valle de Ricote*, y su curso ha dibujado el paisaje natural, que también es considerado como uno de sus principales atractivos tanto por su belleza como por las posibilidades que ofrece para la práctica de turismo activo. El *Valle de Ricote* ha permanecido aislado durante mucho tiempo, es un lugar muy cercano y muy bien comunicado con grandes núcleos urbanos (Mucia, Cieza, Cartagena...), pero cuya orografía lo ha mantenido aislado, esta circunstancia ha modelado un paisaje humano y geográfico singular que se ha conservado

bastante bien durante muchos años. El Valle está salpicado de numerosas obras de ingeniería hidráulica que delatan su pasado musulmán.

Otro de los recursos destacados es la gastronomía, pero parece que obedece más a la existencia de algunos puntos aislados de gran potencial como el restaurante el Sordo en Ricote, o el Conde de la Vallesa¹⁰¹ en Blanca, que a la existencia de una cultura gastronómica propia, ya que su gastronomía no difiere mucho de la del resto de la Región de Murcia.

TABLA 6. 3. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del *Valle de Ricote*

Experto 1	Experto 2
Singularidad geográfica.	Singularidad geográfica.
Singularidad humana.	Huerta.
Capacidad dinamizadora del turismo en la región de Murcia.	Herencia musulmana.
Se ha conservado su singularidad por el aislamiento.	Cultura del agua.
La huerta.	Infraestructura hidráulica: acequias, norias, azudes, lavaderos, centrales hidroeléctricas, descenso del río.
Gastronomía.	Se ha conservado su singularidad por el aislamiento.
Río.	Mueso del agua vivo.
Turismo slow.	Actividades naturaleza
Experto 3	Experto 4
Herencia musulmana	Naturaleza
Patrimonio rural	Río
Huerta, agricultura, productos naturales	Huerta
Trismo ornitológico	Infraestructura hidráulica
Actividades naturaleza	Herencia musulmana
	Gastronomía
	Alojamiento con encanto

¹⁰¹ El restaurante Conde de la Vallesa está especializado en cocina vasca

Experto 5	
Huerta	
Paisaje natural	
Singularidad humana (gente)	
La marca Valle der Ricote vende y la aprovecho	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Huerta / agricultura	5
Naturaleza: entorno y turismo activo	4
Herencia musulmana	3
Singularidad geográfica y humanas debido a su aislamiento	3
El rio como elemento cultural; infraestructuras hidráulicas (acequias, norias, azudes, lavaderos, centrales hidroeléctricas...	2
Gastronomía	2
El rio como elemento natural: entorno y turismo activo	1
Capacidad dinamizadora del turismo en la región de Murcia	1
Patrimonio rural	1
Alojamiento con encanto	1
Turismo slow	1
Marca Valle de Ricote	1

Categoría 4. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.

Cieza es la entrada del *Valle de Ricote* y Archena es la salida, son dos municipios más potentes turísticamente que el resto de los que forman el Valle, pero sus productos pueden ser complementarios. Ambos son independientes, Archena con su balneario es, después del turismo de *sol y playa*, el producto turístico más consolidado de la Región de Murcia y Cieza con su sierra, su casco urbano y su yacimiento arqueológico (Medina Siyasa), posee un potencial muy superior a cualquiera de los municipios del Valle. Pero el efecto sinergia que produciría uniendo esos dos municipios a los seis estudiados en este trabajo podría beneficiar a todos debido a la movilidad del turista.

TABLA 6. 4. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.

Experto 1	Experto 2
La complementariedad con los recursos turísticos de Cieza y Archena	El balneario y el Valle pueden potenciar el destino
Aporta más Archena al Valle que al revés	El balneario de Archena puede ir sólo pero junto al Valle se complementa
Mayor complementariedad en el futuro	Son complementarios en las dos direcciones
Mucha movilidad entre los municipios	Cieza es muy parecido al Valle El turista no quiere quedarse encerrado
Experto 3	
Se complementa con Cieza	
Complementa con otros destinos de la Región	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Complementariedad con Cieza y Archena	3
Movilidad del turista	2
Complementariedad con otros destinos de la Región de Murcia	1

Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

El Valle de Ricote se puede considerar como un destino turístico único independiente de los municipios que lo forman; ninguno de ellos, excepto Blanca, tiene suficientes recursos para atraer a los turistas durante más de unas horas, y el conjunto tiene un potencial turístico explotable y beneficioso para todos. Para ello es necesario crear un producto bajo una marca paraguas común que ayude a su comercialización. Este intento ya se ha hecho en varias ocasiones pero ha tenido un éxito relativo. El consorcio colocó un cartel en la Autovía de Madrid en las salidas del Valle, y esto contribuyó a que la marca calara en el pensamiento colectivo pero no de la forma en que se hubiera deseado. Ricote es una marca potente que se asocia mucho al municipio de Ricote y muy poco al resto de municipios que la mayoría de la gente no sabe que pertenecen a la misma unidad geográfica, esto es debido al mencionado cartel, pero también a dos productos gastronómicos del municipio de Ricote que son muy conocidos, el restaurante El

Sordo y el vino de Ricote. De esta manera nos encontramos con un nombre muy posicionado pero que no se asocia con el destino turístico que se quiere promocionar, sino con uno de sus municipios, el único que no se encuentra en la ribera del río y no comparte uno de los principales recursos. Esta monopolización del nombre molesta al resto de municipios y menoscaba su sentimiento de pertenencia al Valle.

Durante el consorcio se creó la marca “Valle de Ricote” y se hizo una promoción conjunta, pero ahora todo está parado y no se actualiza la web, ni el logo, ni la marca. Se está desaprovechando una marca potente. Recientemente se hizo otro intento por gestionar y promocionar todo el territorio desde la marca de turismo *slow*. En el año 2013 el Instituto de Turismo de la Región de Murcia quiso insertarse en la Asociación Europea de turismo *slow*, el proyecto incluía los siete municipios del Valle y dejaba fuera a Cieza, pero es una asociación pequeña en la que los pueblos del Valle tendrían un peso muy significativo y esto despertó el recelo del resto que ralentizaron el proceso hasta bloquearlo. El Itrem decidió seguir otro camino y llegar a acuerdos con pueblos de España que tuvieran una idiosincrasia similar, pero otros problemas más urgentes hicieron que este proyecto se quedara relegado. Los concejales tampoco se toman en serio estos proyectos y no todos acuden a las reuniones, que por otro lado, son tan intermitentes que no perciben su utilidad. Además siguen sin entender el concepto de destino turístico único. Durante el verano de 2013 se presentó un proyecto por el que se realizaría un concierto en el Valle (los momentos *slow*), la idea era que se celebrara cada año en un municipio y que colaboraran todos, pero la falta de acuerdo condujo a realizar un concierto en cada pueblo. Al final, el cambio de gobierno regional ha paralizado este proyecto.

TABLA 6. 5. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Experto 1	Experto 2
El Valle se puede vender como destino único	Hay que moverse por destino Es importante una imagen potente
Es necesario crear destino	Acciones comerciales conjuntas
Crear destino bajo marca paraguas	

(turismo slow)	El turista viene a l Valle, no al municipio
Municipios demasiado pequeños para atraer gente durante mucho tiempo	Necesidad de un sentimiento de pertenencia, del conocimiento de la historia común
	El Valle es un destino único
Experto 3	
Imagen global del Valle. Web, logotipos, folletos	
Hacer marca en ferias y promociones	
Restauración de patrimonio	
Acciones culturales. Conferencias	
No abandonar los logros alcanzados (web, logotipo...)	
Municipios demasiado pequeños para atraer gente durante mucho tiempo	
Posibilidades del turismo slow como diferenciador	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Falta de una marca unificada bajo un paraguas común y una buena promoción	4
El Valle es un destino turístico unificado	3
Falta de un sentimiento de pertenencia al destino. Importancia del conocimiento de la historia.	2
Municipios demasiado pequeños para atraer gente durante mucho tiempo	2
No abandonar los logros alcanzados (web, logotipo...)	1

Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado

Todos los expertos entrevistados coinciden en la falta de conciencia cívica y en que los recursos están abandonados. Quizás sea esta última la razón que mejor explique el estado de los recursos, no es tanto porque la gente destroza como porque no se conserva ni se cuida, de hecho, los casos de vandalismo se podrían atajar si se sancionaran, pero parece que la idiosincrasia de la política local lleva a los políticos a no sancionar por no perder votos. Se ha invertido mucho dinero pero los residentes no se preocupan de conservar el patrimonio recuperado y por tanto el dinero invertido no da el resultado esperado. El residente no posee una cultura turística que le haga ver el turismo como una actividad económica beneficiosa para todos y que la conservación del patrimonio es fundamental para

que ese turismo se desarrolle. Un recurso turístico recuperado no tiene capacidad de atracción si no se conserva adecuadamente.

Los ciudadanos tienen una conciencia individualista de pertenencia a su municipio, pero no se sienten parte del destino único *Valle de Ricote* que engloba a todos los municipios, no son, por tanto capaces de ver la potencialidad del Valle en su conjunto, ni de aprovechar sus sinergias. A esto se le une la existencia de disputas históricas difíciles de reconciliar entre los habitantes de los distintos municipios que les lleva a anteponer siempre el interés de su municipio, lo cual es legítimo, pero deberían entender que “la unión hace la fuerza”, y que un beneficio de todos puede multiplicar el beneficio de cada uno. Se dan esos casos en los que a veces se prefiere que el municipio de al lado no se desarrolle aunque sea a costa de no desarrollar el propio, les cuesta mucho ceder.

Se ha invertido mucho dinero proveniente de los fondos europeos, y muchos empresarios se han beneficiado de ellos, pero ahora que ya no hay fondos públicos, el empresario individual no quiere invertir su propio dinero, espera que venga alguien y resuelva sus problemas y le financie. El empresario quiere el beneficio inmediato, y no tiene mentalidad empresarial para emprender proyectos cuyo beneficio se obtiene en el largo plazo.

TABLA 6. 6. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

Experto 1	Experto 2
Existen rencillas históricas Falta de profesionalización Falta conciencia turística Vandalismo y abandono Falta de conciencia de que el turismo es un motor económico	La gente no es consciente de su herencia cultural Falta visión empresarial No quieren poner dinero, que lo ponga el estado y que vengan clientes, pero ellos no hacen nada Hay gente emprendedora La gente no es consciente de las posibilidades del Valle (empresarios y residentes) La gente destroza cosas Sentimiento de derrotismos e el

Experto 3	empresario rural
Nadie quiere ceder	Tienen miedo de municipios grandes (Cieza), en lugar de acercarse y aprovecharlo, se apartan de él. No quieren que esté en los proyectos del Valle
No se creen que tenga que haber una imagen conjunta. Los municipios no quieren perder su nombre	
Los técnicos de urbanismo no tienen sensibilidad turística	Poca unión entre municipios
La población local no mantiene las inversiones. Lo que menos cuesta es invertir, lo que más conservar	Poca conciencia de que el Valle es un destino común.
Sólo piensan en su pueblo, no son conscientes de que no está aislado	No hay sentimiento de pertenencia al Valle.
No se lo creen, no conservan las cosas	Nadie quiere aportar fondos para un destino común por miedo a que no se destine a su municipio. Cuando eran regalados sí, pero ahora no
El empresario está en silencio	
Experto 4	Disputas entre residentes y políticos. Prefieren fastidiar al vecino aunque se fastidien ellos también
Mucha individualidad	
No se creen el potencial del Valle	
Falta civismo	El hecho de que el Valle tenga el nombre de uno de los pueblos provoca recelos
Falta conciencia colectiva	
La gente no se moja	Actitud individualista y visión lejana de la idea del Valle de Ricote. Primero mi municipio después el Valle.
El ciudadano no ve el beneficio	
El empresario no apuesta, solo está para que venga gente	
Experto 5	
La gente piensa que el turismo no va con ellos	
No tratan mal al turista	
Falta limpieza y civismo	
No nos lo creemos	
Hace falta educación y corregir con sanciones	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Falta de conciencia cívica	4
Falta cultura turística	4
No saben aprovechar sinergias	4

Poca conciencia del Valle como destino turístico común. Individualismo	4
Falta de conservación	3
No hay conciencia del potencial del Valle de Ricote	3
Existen diferencias históricas y recelos entre municipios	3
Falta visión empresarial Esperan que alguien resuelva y financie por ellos. Se acomodan	3
Falta de profesionalización del sector	1
Desconocimiento de la herencia cultural	1
Hay gente emprendedora	1
Falta educación a nivel escolar	1
Poca actividad sancionadora	1

Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Falta cooperación en la elaboración de paquetes turísticos que engloben servicios de varios municipios, estos a veces no existen ni entre los servicios del propio municipio. La mayor dificultad es que algunos servicios solo son rentables si se vende un número mínimo de plazas (un alojamiento, una balsa de descenso de río...) y en ocasiones el empresario prefiere actuar de forma independiente, y recomendar a sus clientes los servicios que considere más adecuados del resto de empresarios. La relación entre los empresarios es buena, y entre ellos se recomiendan, pero no contribuyen a crear un producto común comercializable. Existe poco asociacionismo entre los empresarios y poca comunicación con el sector público tanto local como regional, esto provoca que se desaprovechen oportunidades de hacer cosas conjuntas, p.e. en el año 2013 se conmemoraba el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del *Valle de Ricote* y no se han puesto de acuerdo para realizar acciones turísticas comunes y de promoción, cada ayuntamiento ha realizado su propio acto, y se ha quejado de que los demás no participaban, pero sin admitir que ellos tampoco han colaborado con el resto, además esos actos no han tenido una naturaleza turística con capacidad de atraer visitantes, sino que han sido más bien conmemoraciones políticas o culturales a las que sólo han acudido los residentes de cada municipio. En octubre de 2014 se siguen convocando actos para esta celebración, un periódico regional publicó el 7

de octubre de 2014 que “los ayuntamientos de Ojós y Ricote celebrarán por separado diversos actos con motivo de la clausura del cuarto centenario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote” (La Verdad, 2014), y los actos convocados poco tienen que ver con el turismo.

En general existe una preocupación por alargar la estancia del turista en el Valle, y para eso es necesario ofrecerle una combinación de actividades. Cada Ayuntamiento es muy individualista, las oficinas de turismo sólo dan información de su municipio, pero no del conjunto.

TABLA 6. 7. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Experto 2	Experto 3
<p>Deben hacerse paquetes, hay actividades suficientes</p> <p>Han desaprovechado el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos</p> <p>Hay que darle contenido al cartel de la entrada</p> <p>Las oficinas de turismo están cerradas cuando llega el turista, y solo le dan información de su municipio, no del resto</p> <p>No son conscientes del beneficio que supone hacer las cosas en conjunto</p>	<p>Nunca ha existido unión entre empresarios. Hay que tirar mucho de ellos</p> <p>No se da el asociacionismo ni las mesas de trabajo</p> <p>No hay colaboración entre Ayuntamientos y empresas privadas</p> <p>Las empresas privadas no se sienten respaldadas por los Ayuntamientos</p> <p>No se ha aprovechado el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos para hacer algo conjunto</p> <p>Falta de acuerdo ente los pueblos</p> <p>Realizar paquetes turísticos</p> <p>Ampliar el tiempo de estancia del turista</p> <p>Desde la Comunidad Autónoma no conocen el Valle</p>
Experto 4	Experto 5
<p>Realizar paquetes turísticos</p> <p>Ampliar el tiempo de estancia del turista</p>	<p>Los empresarios se llevan bien</p> <p>Se pueden hacer más paquetes</p> <p>No nos reunimos mucho</p> <p>Se derivan a los clientes a distintas actividades</p> <p>Existe dificultad para combinar paquetes. Se necesitaría un mínimo de personas</p> <p>Algunos empresarios prefieren aconsejar sin</p>

necesidad de paquete Primero los mando a mi municipio	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Falta de oferta alternativa en la que colaboren varios agentes (paquetes)	4
Desaprovechamiento de oportunidades para acciones conjuntas	2
Falta de asociacionismo empresarial	2
Falta de cooperación para ampliar el tiempo de estancia del turista	2
Falta conciencia sobre el beneficio común	1
No se hacen acciones de imagen global para dar imagen de destino global	1
Falta de colaboración entre entes públicos y privados	1
Falta de acuerdo entre los municipios	1
Falta de cooperación con el gobierno Regional	1
Los empresarios se llevan bien	1
Dificultad de confeccionar los paquetes	1
Preferencia por el municipio propio por parte del empresario	1

Categoría 8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

El tema del Consorcio Turístico del *Valle de Ricote* es complejo, parece aceptado que es necesario que exista un órgano por encima de los ayuntamientos que los coordine y los motive a cooperar en la creación del destino turístico, pero parece que el consorcio no fue la fórmula más apropiada, pues incluso quienes lo defienden aceptan que no se aprovechó lo suficiente y que en gran medida sirvió para financiar inversiones particulares de cada municipio sin elaborar un plan común y un destino turístico. Los ayuntamientos están dispuestos a reunirse para su propio interés cuando vienen fondos económicos de fuera, pero cuando se trata de aportarlos, ya no existe tanto interés.

TABLA 6. 8. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios.

Experto 1	Experto 2
<p>Los consorcios no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino</p> <p>Necesidad de una política global para crear destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento</p>	<p>La mancomunidad realizó restauración de infraestructuras</p> <p>Los Ayuntamientos no querían poner fondos, sólo que se los aportara otro gobierno</p> <p>Los Alcaldes no quieren pagar para otro municipio</p> <p>Ruptura de la mancomunidad por no ponerse de acuerdo en la aportación y destino de los fondos</p> <p>Disputas entre partidos políticos que frena las inversiones</p> <p>Cada concejalía dedicada a su municipio</p> <p>El gobierno autonómico lo ha intentado</p> <p>Debe haber un plan completo</p>
Experto 3	
<p>Cualquier persona no puede gestionar el turismo</p> <p>Responsabilidad de los políticos</p> <p>Falta de fluidez de la mancomunidad cuando no se recibían subvenciones</p> <p>Cuando tuvieron que aportar los Ayuntamientos ya no interesaba el consorcio</p> <p>Falta un órgano que una a los municipios</p> <p>El consorcio funcionaba</p> <p>El consorcio se podría haber aprovechado más</p> <p>El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior</p> <p>La consejería no tenía interés en los consorcios</p> <p>El consorcio no debería haber desaparecido</p> <p>Sancionar los comportamientos incívicos</p> <p>Falta de preparación de políticos y técnicos</p> <p>Obligar a mantener una homogeneidad en las construcciones y no estropear el paisaje</p> <p>Miedo a perder votos si sancionan a particulares</p>	
Experto 5	
<p>La mancomunidad no ha funcionado</p>	

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Necesidad de una política global para crear destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento	3
Los consorcios y la mancomunidad no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino	2
Ruptura de la mancomunidad / consorcio por no ponerse de acuerdo en la aportación y destino de los fondos	2
Los políticos actúan por interés propio, si les dan subvenciones o si sacan rendimiento. No financia nada común	1
Desentendimiento entre Ayuntamientos de distinto signo político que frena las inversiones	1
No se pide responsabilidad política	1
El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior	1
Falta de preparación de políticos y técnicos	1
Miedo a perder votos si sancionan a particulares	1
Falta de acción sancionadora	1

Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Algunos de los entrevistados coinciden en afirmar que ese recurso tan característico del Valle que es la huerta está tendiendo a desaparecer. Mantener las parcelas agrícolas cuesta tiempo y dinero, y aquellas que no pertenecen a explotaciones económicas se están abandonando.

TABLA 6. 9. Entrevistas individuales a expertos en profundidad. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Experto 1	Experto 3
Falta producto	Algunas infraestructuras agresivas
Comercialización poco moderna	El turismo rural está poco unificado
Abandono de los huertos por necesidad de gente	Poco nivel del alojamiento. Algunos buenos per diseminados
	La gente se va
Experto 4	Experto 5
Abandono de los esfuerzos hechos anteriormente, de los resultados de las inversiones	Desconocimiento de la situación del Valle y sus municipios
	Necesidad de una campaña divulgativa

Descuido del entorno natural	dentro y fuera de Murcia
Incultura	
Patrimonio cultural abandonado o mal tratado	
Pocos visitantes	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	
Nº repeticiones	
Abandono de los huertos por necesidad de gente	2
Falta producto turístico	1
Falta experiencia en marketing	1
Algunas infraestructuras agresivas	1
El turismo rural está poco unificado	1
Poco nivel del alojamiento. Algunos buenos pero diseminados	1
Falta mantenimiento	1
Descuido del entorno natural	1
Incultura	1
Patrimonio cultural abandonado o en mal tratado	1
Pocos visitantes	1
Desconocimiento de la situación del Valle y sus municipios	1

6.2.2. Análisis cualitativo de entrevistas grupales en profundidad. Abarán.

Para el análisis de las entrevistas grupales se va a seguir el mismo procedimiento que en las entrevistas individuales. Se presentan por separado la entrevista grupal de Abarán y la de Blanca. En este apartado se realiza el análisis de la entrevista grupal de Abarán.

Categoría 1. Composición del Valle de Ricote

Se refuerza la idea de que Archena no pertenece históricamente al Valle, y Cieza no pertenece geográficamente.

TABLA 6. 10. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Composición del Valle de Ricote.

Experto 7	Experto 8
Archena no pertenecía a la Orden de Santiago sino de San Juan	Cieza lo meten en el Valle porque no cabe en otro sitio

Archena no pertenecía a la encomienda de Ricote	
Experto 9	
Para algunos el Valle empieza en Blanca	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Archena no pertenece históricamente al Valle de Ricote	1
Cieza no pertenece geográficamente al Valle de Ricote	1
Para alguno el Valle empieza en Blanca	1

Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos.

Destacan la importancia de tener recursos (en este caso fiestas) con capacidad de atracción, se critica que las fiestas tradicionales tienen un carácter más destinado a los residentes que a los turistas, y que se debería apostar por la creatividad a la hora de impulsar productos turísticos. Algunos de los municipios tomados como referencia han introducido al sector privado en la gestión de servicios turísticos, y parece que tiene resultados positivos.

TABLA 6. 11. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Comparación de la gestión turística del destino *Valle de Ricote* con otros destinos

Experto 6	Experto 8
Fiestas comerciales en Cieza (el hueso de oliva) versus fiestas tradicionales en Abarán	Modelo de gestión privada en Cieza La Alpujarra como modelo de gestión e implicación Fiestas comerciales en Cieza (hueso de oliva)
Experto 9	
Rutas gratuitas en Cieza	
Fiestas comerciales en Cieza (hueso de oliva)	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Cieza	3
Alpujarra	1

Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote.

La huerta vuelve a ser el recurso turístico más destacado, así como toda la infraestructura hidráulica asociada a ella y relacionada con la herencia musulmana.

TABLA 6. 12. Entrevistas a grupales a expertos en profundidad. Abarán. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote

Experto 6	Experto 7
Rutas por los pueblos	Candidatura patrimonio inmaterial de la humanidad
Ruta de las norias	
Huerto didáctico	Autenticidad por aislamiento
Experto 9	
Huerto didáctico	
Ruta de las norias	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	
	Nº repeticiones
Huerta / agricultura	2
El río como elemento cultural; infraestructuras hidráulicas (acequias, norias, azudes, lavaderos, centrales hidroeléctricas...	2
Patrimonio rural	1
Herencia musulmana	1
Singularidad geográfica y humanas debido a su aislamiento	1

Categoría 4. Complementariedad del destino turístico Valle de Ricote con otros destinos de la Región de Murcia.

El grupo de trabajo de Abarán también menciona la complementariedad con los municipios de Archena y Cieza.

TABLA 6. 13. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Complementariedad del destino turístico Valle de Ricote con otros destinos de la Región de Murcia.

Experto 7
Archena, Cieza y el Valle de Ricote tienen recursos que se complementan

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Complementariedad con Cieza y Archena	1

Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Los integrantes de los grupos de trabajo no emiten tantas opiniones sobre la importancia de un destino unificado como lo hacen los expertos externos.

TABLA 6. 14. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Experto 7	
No hay oferta en ningún municipio para atraer más de un día	
El Valle tiene potencial si se saca en conjunto	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
El Valle es un destino turístico unificado	1
Municipios demasiado pequeños para atraer gente durante mucho tiempo	1

Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

El residente no cree en el turismo como motor económico, y por tanto no está sensibilizado en la conservación de los recursos turísticos. No sólo hay que invertir en mantenimiento, a veces es sólo cuestión de cuidar y no estropear, pero para eso hay que entender y asimilar que las infraestructuras turísticas bien cuidadas pueden reportar un beneficio para toda la comunidad. El residente no tiene conciencia del Valle de Ricote como destino global, sino que se preocupa de su propio municipio.

TABLA 6. 15. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

Experto 6	Experto 7
No creen en el turismo como motor de desarrollo	No se piensa en términos turísticos No hay empresas de turismo activo en Abarán

Arrancan los bancos de la ruta de las norias	
Roban los productos del huerto didáctico	
Falta civismo para cuidar las cosas	
No hay conciencia de Valle de Ricote	
Experto 8	Experto 9
Carteles de la ruta de las norias pintados	Desinterés por el turismo
Funciona la corrupción	Confusión del turismo con la cultura y la educación
Las cosas se hacen a escondidas y por separado	Falta civismo para cuidar las cosas, no se pueden mantener las inversiones
No hay empresas de turismo activo en Abarán	No hay empresas de turismo activo en Abarán
	Existen recelos
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	
	Nº repeticiones
Falta de conciencia cívica	4
Falta visión empresarial Esperan que alguien resuelva y financie por ellos. Se acomodan	3
Falta cultura turística	2
Poca conciencia del Valle como destino turístico común.	2
Individualismo	2
Existen diferencias históricas y recelos entre municipios	1

Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal, y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Vuelva a ser relevante la opinión de que no se ha aprovechado en el año 2013 el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del *Valle de Ricote*, para realizar algún acto conjunto entre todos los municipios que sirviera de promoción. Cada municipio ha organizado su propio acto sin mucha repercusión y con actividades que no se consideran turísticas porque no tienen capacidad de atraer visitantes. Eso ocurre con otros acontecimientos, incluso a veces, se organizan actividades en conjunto (como los congresos culturales impulsados por el consorcio), que no se aprovechan para una repercusión turística.

No existe cooperación entre el sector público y privado, ni siquiera existe un buen entendimiento ni una relación de confianza que permita desarrollar proyectos. Tampoco existe asociacionismo entre los empresarios del municipio ni de los municipios vecinos. La relación con el gobierno regional no es muy fluida, no están coordinados y desde Murcia no hay mucho desconocimiento del Valle, por lo que no puede colaborar en su promoción.

TABLA 6. 16. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio, y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Experto 6	Experto 7
Falta de coordinación con Murcia Desaprovechamiento del 400 aniversario de la expulsión de los Moriscos Mal funcionamiento del asociacionismo Poca cooperación del sector público en materia turística Poca implicación de los agentes turísticos Mala relación entre sector privado y público Falta una oferta alternativa en la que cooperen varios municipios	Desaprovechamiento del 400 aniversario de la expulsión de los Moriscos Poca comunicación con el Ayuntamiento Conmemoraciones con actos no turísticos Regulación del uso del paraje del Jarral por los perjuicios que causa el descenso Poca apoyo del sector público al privado
Experto 8	Experto 9
Conmemoraciones con actos no turísticos (congresos) Conmemoración por separado de actos conjuntos Deberían de promocionar el descenso junto con Blanca Desaprovechamiento del 400 aniversario de la expulsión de los Moriscos Desconocimiento desde Murcia de la realidad del Valle Cada municipio tira más para él, pero puede beneficiar a otros Interés del asociacionismo empresarial y la cooperación con el Ayuntamiento Falta unión	Falta de cooperación entre el sector público y privado Desaprovechamiento del 400 aniversario de la expulsión de los Moriscos Desconfianza del sector privado en el público

La clave es la unión	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Desaprovechamiento de oportunidades para acciones conjuntas	4
Falta de colaboración entre entes públicos y privados	4
Falta de cooperación con el gobierno Regional	2
Falta de asociacionismo empresarial	2
Falta de unión entre los municipios	2
Falta de implicación de los agentes turísticos	1
Falta de oferta alternativa en la que colaboren varios agentes (paquetes)	1

Categoría 8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

En general, los políticos no son conscientes de la importancia del turismo como motor de desarrollo económico, y no apuestan por él. Hasta ahora, todos los intentos de desarrollar algún plan común en el Valle (plan de dinamización, mancomunidad, consorcio) han fracasado porque cada ayuntamiento sólo ha defendido lo suyo y no ha querido aportar dinero ni esfuerzo para que se beneficie otro, al final estos planes solo han hecho actuaciones individuales y han beneficiado a los municipios más grandes (Archena), muchas veces, las inversiones ni siquiera han sido en materia turística.

El sector público desprecia las ideas y aportaciones del sector privado, cuando la mayoría de los expertos aseguran que la participación de la empresa privada en la gestión turística puede ayudar a dinamizar el sector. Pero los políticos actúan por interés propio, sólo quieren subvenciones y acciones que den un rendimiento inmediato, no tienen una visión conjunta del destino turístico y les cuesta aportar fondos para el bien común. Uno de los principales problemas es que no hay continuidad en los cargos públicos y por tanto no se abordan proyectos a largo plazo ni se culminan los empezados.

El sector privado encuentra muy difícil negociar con el sector público al que cree que le falta voluntad negociadora y soluciones imaginativas, además

consideran que existe una discriminación por ideas políticas que ralentiza cualquier negociación.

TABLA 6. 17. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Actitud de la Administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

Experto 6	Experto 7
<p>Falta de continuidad de los concejales de turismo</p> <p>Poco interés de los políticos en los proyectos turísticos (slow)</p> <p>Bondad de la participación de la empresa privada en la gestión turística</p> <p>Los políticos actúan por interés propio, si les dan subvenciones o si sacan rendimiento</p> <p>Material promocional deficiente</p> <p>El político es el menos concienciado de la importancia del turismo</p> <p>Poco compromiso del sector público e materia turística</p>	<p>Los políticos no apuestan por el turismo</p> <p>No quieren financiar nada común que beneficie a otros</p> <p>La mancomunidad no se dedicaba al turismo</p> <p>La mancomunidad no dinamiza, sólo los pueblos grandes obtienen beneficios</p> <p>Los Ayuntamientos no ponían su parte</p> <p>No hay continuidad en las legislaturas</p> <p>Discriminación por ideas políticas</p> <p>Desprecio del trabajo de los agentes por parte del político</p> <p>Los políticos no se lo creen</p> <p>Falta de voluntad negociadora por parte del político</p> <p>Bondad de la participación de la empresa privada en la gestión turística</p> <p>Poco apoyo del sector pública a la iniciativa privada (no solo económico)</p> <p>Desentendimiento entre Ayuntamientos de distinto signo político</p> <p>Falta educación en turismo, se podría organizar en conjunto con otros municipios</p> <p>La mancomunidad no dinamiza y sólo los municipios grandes consiguen financiación</p> <p>El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior</p>
Experto 8	Experto 9
<p>Los políticos no apuestan por el turismo</p> <p>No se invierte tiempo ni dinero en turismo</p>	<p>Desprecio del trabajo de los agentes por parte del político</p> <p>Falta de acuerdo entre sector público y privado</p> <p>Falta de voluntad negociadora por parte del político</p> <p>Discriminación por ideas políticas</p>

Fomentar la empresa privada en la gestión turística	Desconocimiento de materias turísticas El plan de dinamización no ha funcionado, sólo sirve para dar dinero Archena
No aceptan las propuestas del sector privado	Falta cooperación entre todos los Ayuntamientos
Toman iniciativas que no son turísticas	Desconocimiento del sector público de lo que es el turismo
Falta organización y planteamiento turístico	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	
Nº repeticiones	
Beneficio de la participación de la empresa privada en la gestión turística	3
El político no apuesta por el turismo	3
Los consorcios y la mancomunidad no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino	3
Desprecio del trabajo de los agentes por parte del político	3
Falta de continuidad de las legislaturas para sacar planes adelante	2
Los políticos actúan por interés propio, si les dan subvenciones o si sacan rendimiento. No financia nada común	2
Discriminación por ideas políticas	2
Falta de voluntad negociadora entre el sector público y privado	2
Necesidad de una política global para crear destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento	1
Poco apoyo del sector pública a la iniciativa privada (no solo económico)	1
Desentendimiento entre Ayuntamientos de distinto signo político que frena las inversiones	1
Falta oferta educativa en turismo	1
Falta de preparación de políticos y técnicos	1
Poco interés de los políticos en los proyectos turísticos (slow)	1
El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior	1

Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Otros problemas a destacar son la falta de infraestructuras turísticas, por mucho que se ha invertido, no ha sido suficiente, y lo que hay no se mantiene.

Esto contribuye a que no haya producto turístico. Hay una deficiente red de oficinas de turismo.

TABLA 6. 18. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Abarán. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Experto 1	Experto 2
El horario de la oficina de turismo es muy limitado, no es rentable tenerla abierta	Se han hecho inversiones inútiles para el turismo
Faltan infraestructuras y mantenimiento	Faltan producto turístico
Poco rigor en la promoción respecto a la localización de los recursos	No se mantienen las inversiones
	Zona más envejecida de la Región
	El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior
Experto 3	
Deficiente estructura de las oficinas de turismo (pocas, horarios restringidos...)	
Faltan infraestructuras	
Las fiestas populares no son turísticas	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Deficiente red de las oficinas de turismo (pocas, horarios restringidos...)	2
Faltan infraestructuras	2
Falta mantenimiento	2
Falta de producto turístico	2
Inversiones inútiles	1
Envejecimiento de la población	1

6.2.3. Análisis cualitativo de entrevistas grupales en profundidad. Blanca

En este apartado se realiza el análisis de la entrevista grupal de Blanca.

Categoría 1. Composición del Valle de Ricote

Este grupo de trabajo solo hace referencia en esta categoría al hecho de que Cieza no pertenece al Valle de Ricote.

TABLA 6. 19. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Composición del Valle de Ricote.

Experto 14	
Cieza no es del valle	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Cieza no pertenece geográficamente al Valle de Ricote	1

Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos.

En este grupo ha aparecido el tema de la falta de autoridad para legislar y hacer cumplir la legislación en materia turística como si ocurre en el municipio de Cieza.

TABLA 6. 20. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Comparación de la gestión turística del *destino Valle de Ricote* con otros destinos

Experto 14	
Modelo de cañas de Granada	
Autoridad del Ayuntamiento de Cieza a la hora de legislar	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Cieza	1
Granada	1

Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote

El descenso del río es un producto consolidado, en el periodo de mayo a septiembre, más de 1.200 personas realizan el descenso por el río cada fin de semana, es un recurso conocido y tiene una gran capacidad de crecimiento, como demuestre el hecho de que cada vez aparecen más empresas de turismo activo que gestionan esta actividad. Este negocio se ha explotado sólo desde Blanca, donde hay 5 empresas que lo ofrecen y hacen un recorrido que va desde el puente de hierro de Cieza hasta Blanca, en el año 2014 ha empezado a operar una empresa en Abarán que hace el recorrido desde Cieza hasta el Pareje del Jarral.

El Paraje del Jarral es una represas en la que hay una caída de agua pequeña pero muy vertical que resulta muy atractiva para el visitante, además una vez hecha la caída, hay una zona de recreo que aprovechan todas las empresas para dar un almuerzo a su clientes. Este lugar, que es uno de los más llamativos de todo el recorrido, pertenece a Abarán, que se queja de que es explotado por Blanca y que después de pasar los descensos el lugar se quede sucio y es el ayuntamiento de Abarán el encargado de limpiarlo para que lo exploten otros. Por eso se ha regulado el paso por el rio, se ha puesto una cadena en el camino porque los trabajadores de la huerta a veces han visto el paso cerrado por coches y furgonetas de las empresas de turismo activo, y han llegado a un acuerdo del tipo, “yo te doy la llave del camino pero tú me haces dos viajes gratis al año para asociaciones”.

Otro problema que se detecta en el sector es que conviven empresas mercantiles de turismo activo con los clubes de piragüismo que son asociaciones y no tienen que pagar los mismos impuestos ni cumplir la misma regulación, lo cual les permite tener unos precios más competitivos. Los empresarios del club se defienden alegando que cuando el producto no era conocido ellos apostaron por él y lucharon por desarrollarlo, ahora, el resto de empresas se establecen para explotar un servicio que ya está consolidado y se aprovechan del esfuerzo realizado previamente por las asociaciones.

Las dos situaciones descritas muestran un sector desunido, tanto a nivel de municipios como de los mismos empresarios.

Existe otro descenso en Cieza pero el de Blanca es muy competitivo.

TABLA 6. 21. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote.

Experto 11	Experto 12
Buen servicio Piraguismo / rio 400 aniversario expulsión de los moriscos Gastronomía Nombre del Valle	Gastronomía (Ricote)

Experto 13	Experto 14	
Rio	Actividades deportiva	
Potencial de crecimiento de los descensos	Falta algún producto complementario al rio Piraguas	
El descenso es un producto consolidado y conocido	Recorrido atractivo: cómodo, con instalaciones, movimiento , alegría	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS		Nº repeticiones
El rio como elemento natural: entorno y turismo activo		3
Gastronomía		2
Herencia musulmana		1
Actividades deportivas		1
Marca Valle de Ricote		1

Categoría 4. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.

Se puede aprovechar el turismo que acude a otros destinos en distintas épocas del año, pero sobre todo, el *sol* y *playa*, para ello hay que promocionar el Valle en esos lugares, cuya demanda ha disminuido en 2013.

TABLA 6. 22. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.

Experto 11	Experto 12	
Aprovechar los destinos de invierno y verano para promocionar	Alguien debe vender en la playa los destinos de interior, sobre todo en temporada baja	
Atraer a los turistas de la Paramount		
Experto 13		
La gente viene de la playa a pasar el día		
¿y si en lugar de ir a la Paramount van al descenso?		
Existen muchos alojamientos en el balneario de Archena		
Hay que aprovechar la sinergia con Cieza y Archena		
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS		Nº repeticiones
Complementariedad con otros destinos de la Región de Murcia (litoral, Paramount)		3

Complementariedad con Cieza y Archena	1
---------------------------------------	---

Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Sólo una persona de este grupo destaca que el *Valle de Ricote* debería considerarse como un destino unificado y que deberían de crearse sinergias en los productos y realizar una promoción conjunta. Blanca es el municipio más independiente y desarrollado desde el punto de vista turístico, y este hecho hace que no valoren tanto la sinergia del destino global, ya que ellos serían los que más aportarían, y quizás no ven tanto el beneficio que le reportarían los demás municipios.

TABLA 6. 23. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Experto 11	
Destino unificado, crear sinergias	
Promocionar conjuntamente	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
El Valle es un destino turístico unificado	1
Falta de una marca unificada bajo un paraguas común y un buena promoción	1

Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado

No existe confianza en el potencial del sector turístico, ni por parte de los residentes, ni los comercios, ni la hostelería. A pesar de que se está mejorando, en las calles sigue faltando limpieza, esto es algo que se arreglaría si se educara a nivel escolar. Falta iniciativa empresarial y profesionalización, entender que lo que aporte uno al destino beneficia a todos.

TABLA 6. 24. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

Experto 10	Experto 11	
El residente no se lo cree El residente no participa en las cosas que se organizan Falta limpieza Falta iniciativa empresarial Ningún pueblo quiere perder su protagonismo	Falta conciencia de limpieza Necesidad de educar a nivel escolar Poca iniciativa del empresario por hacer destino El personal de hostelería debe poder informar al turista	
Experto 12	Experto 13	
Los comercios y la hostelería no ven el potencial Existen recelos entre algunos empresarios	Está mejorando la limpieza Es una cuestión de conciencia Necesidad de educar a nivel escolar	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS		Nº repeticiones
No hay conciencia del potencial del Valle de Ricote		2
Falta de conciencia cívica		2
Falta visión empresarial. Esperan que alguien resuelva y financie por ellos. Se acomodan		2
Necesidad de educar a nivel escolar		2
Existen diferencias históricas y recelos entre municipios		1
Falta de profesionalización del sector		1
Poca participación de los residentes		1
Está mejorando la limpieza		1

Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal, y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Cada municipio va por su cuenta, es difícil hacer acciones conjuntas porque no participan los unos de las propuestas de los otros. Ningún pueblo quiere perder su protagonismo y existen recelos y envidias entre ellos. Entre los empresarios también falta cooperación, a nivel municipio y a nivel destino.

TABLA 6. 25. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal, y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Experto 10	Experto 11	
<p>Los municipios no participan ni fomenta las iniciativas de otros</p>	<p>Hay envidia cuando un municipio destaca Blanca. Empieza un poco de unión entre sector público y privado</p> <p>La celebración del 400 aniversario se ha hecho con mucha prisa</p> <p>Importancia del efecto ejemplarizante</p> <p>Importancia de ir “sembrando” poco a poco</p> <p>Importancia del boca oreja</p> <p>No se conoce el sistema para darnos cuenta de las sinergias y venderlas</p> <p>Cada municipio va por su cuenta</p> <p>No hay iniciativas en conjunto</p> <p>Podemos ganar todos o dejar de ganar</p> <p>Dificultad de que los municipios se unan</p> <p>Necesidad de cooperación empresarial</p> <p>Necesidad de aplicar técnicas de marketing</p> <p>Falta implicación del empresario</p>	
Experto 12	Experto 13	
<p>Falta cooperación de los empresarios a nivel municipio</p> <p>Falta cooperación de los empresarios a nivel destino</p> <p>Se planean acciones conjuntas que acaban individualizarse</p>	<p>Beneficio de la competencia</p>	
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS		Nº repeticiones
Falta de acuerdo entre los municipios		3
Falta de asociacionismo entre los empresarios		2

Empieza un poco de unión entre sector público y privado	1
Desaprovechamiento de oportunidades para acciones conjuntas	1
Importancia del efecto ejemplarizante	1
Importancia de ir “sembrando” poco a poco	1
Importancia del boca oreja	1
Desconocimiento de un sistema para concienciarse de las sinergias y venderlas	1
Dificultad de que los municipios se unan	1
Falta aplicación de técnicas de marketing	1
Falta implicación de los agentes turísticos	1
Beneficio de la competencia	1

Categoría 8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

No existen propuestas globales por parte de los municipios y cuando se hacen propuestas desde la administración regional, no suelen prosperar. Cuando hubo dinero se gastó mucho y mal, e incluso hoy en día se hacen cosas desde la administración regional que no son muy útiles como el proyecto “Identificación de oportunidades generadoras de empleo en el sector turístico en la Comisión Local de Empleo del Valle de Ricote y Vega Alta” presentado en 2012 y analizado en el *capítulo 4* de esta tesis, son proyectos que no ahondan en los problemas y que no tienen continuidad. El mencionado proyecto se realizó por encargo de la Consejería de Trabajo de la CARM, se hizo una presentación del mismo a la que no acudieron los representantes de todos los municipios y luego se le pasó una copia a cada ayuntamiento, como mucho, cada ayuntamiento habrá hecho caso de las recomendaciones de su municipio, pero no de las del Valle de Ricote en global; el estudio no ha tenido continuidad ni una aplicación práctica en el destino.

La administración regional no apuesta por el turismo de interior, solo por el turismo de *sol y playa*, y en este caso incluso se encuentran a veces con la oposición de la Confederación Hidrográfica.

TABLA 6. 26. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios.

Experto 10	Experto 11
<p>No hay propuestas globales de los municipios</p> <p>Cuando hay algún plan global se abandona (turismo slow)</p> <p>Los municipios no creen</p> <p>Los concejales de turismo parecen no tener interés en su puesto</p> <p>La administración regional no apuesta por el turismo de interior</p> <p>Blanca apuesta por el turismo total. Turismo cultural</p> <p>La concejalía puede atraer gente, pero el resto debe preocuparse de mantenerlos</p>	<p>No hay propuestas conjuntas, cada municipio va a su interés</p> <p>Cuando hubo dinero se gestionó mal, incluso ahora se gasta el dinero en cosas inútiles</p> <p>La confederación hidrológica pone dificultades a la actividad de descenso y a la creación de un camping</p> <p>Se perdió una oportunidad con el consorcio, se hicieron cosas pero no suficientes</p>
Experto 12	Experto 13
<p>La promoción de FITUR no apuesta por el turismo de interior</p> <p>El proyecto slow no funciona en hostelería</p>	<p>La administración no tiene dinero</p> <p>El empresario desconoce los proyectos políticos (turismo slow)</p> <p>La confederación hidrológica pone dificultades a la actividad de descenso y a la creación de un camping</p> <p>Participación del sector privado en la gestión</p>
Experto 14	
<p>Los políticos empiezan a creérselo un poco</p> <p>La confederación hidrológica dificulta la actividad de descenso y a la creación de un camping</p> <p>El aeropuerto es una cuestión política y se abrirá</p> <p>En Granada son más exigentes a la hora de legislar</p> <p>Abarán está hundido, pero tiene rio y norias aprovechables. Todo suma</p>	

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
La confederación hidrológica pone dificultades a la actividad de descenso y a la creación de un camping	3
Necesidad de una política global para crear destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento	2
El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior	2
Cuando hubo dinero se gestionó mal, incluso ahora se gasta el dinero en cosas inútiles	2
Los consorcios y la mancomunidad no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino	1
Poco interés de los políticos en los proyectos turísticos (slow)	1
El político no apuesta por el turismo	1
Blanca apuesta por el turismo total. Turismo cultural	1
La concejalía puede atraer gente, pero el resto debe preocuparse de mantenerlos	1
Los políticos empiezan a creérselo un poco	1
Beneficio de la participación de la empresa privada en la gestión turística	1
El aeropuerto es una cuestión política y se abrirá	1

Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Los alojamientos son caros y no poseen los servicios adecuados, esto puede ser una de las razones por las que no se aprovecha el potencial de la bajada del río Segura, algunos fines de semana llegan más de 1.000 personas, y este cifra va en aumento, pero sólo un pequeño porcentaje se queda en el Valle después de realizar la actividad. El problema no es sólo el alojamiento, sino que el producto no está estructurado. La última oportunidad de estructurar producto, que fue el proyecto turismo *slow*, y se abandonó antes de empezar.

TABLA 6. 27. Entrevistas grupales a expertos en profundidad. Blanca. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Experto 10	Experto 11	
El valle no es conocido El alojamiento es caro Los servicios del alojamiento son insuficientes Cumplimiento de normativa para los bares: factura, lista de precios Falta experiencia en marketing	El consorcio no funciona si no hay dinero Se pierden oportunidades de la gente que viene de las piraguas No hay un producto estructurado Los alojamientos son caros y obsoletos	
Experto 12	Experto 13	
Mucha estacionalidad en la hostelería Han disminuido los visitantes de las zonas del litoral Recursos mal señalizados	Visualmente el entorno no está cuidado Los precios de los alojamientos son caros	
Experto 14		
El hospedaje es caro Falta producto		
JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS		Nº repeticiones
El alojamiento es caro y con servicios insuficientes		4
Falta producto turístico		2
Desconocimiento del Valle		1
Falta cumplimiento de normativa para los bares: factura, lista de precios		1
Falta experiencia en marketing		1
Participación del sector privado en la gestión		1
Se pierden oportunidades de la gente que viene de las piraguas		1
Estacionalidad elevada		1

Han disminuido los visitantes de las zonas del litoral	1
Recursos mal señalizados	1
Visualmente el entorno no está cuidado	1

6.2.4. Resumen global de subcategorías

En este apartado se han fusionado los resultados de cada categoría para todos los tipos de entrevistas. El objetivo es establecer que ideas (subcategorías) han sido mencionadas en más ocasiones en cada categoría, independientemente del tipo de entrevista de la que procedan. Las ideas más repetidas serán las que más influyen en el desarrollo turístico del destino, y por tanto las que permitirán establecer los indicadores de respuesta.

Categoría 1. Composición del Valle de Ricote

La opinión general es que Cieza no pertenece geográfica ni históricamente al Valle de Ricote. Por su parte, Archena si pertenece al Valle desde el punto de vista geográfico, no así desde el punto de vista histórico, sin embargo, posee un producto turístico muy diferenciado del resto de municipios.

TABLA 6. 28. Resumen por categorías. Composición del Valle de Ricote.

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Cieza no pertenece geográficamente al Valle de Ricote	4
Cieza no pertenece históricamente al Valle de Ricote	2
Archena si pertenece geográficamente pero tiene un producto turístico independiente	2
Archena no pertenece históricamente al Valle de Ricote	2
Cieza si pertenece al Valle de Ricote	1
Cieza posee características distintas al resto del Valle de Ricote	1
Cieza no pertenecía al Consorcio del Valle de Ricote	1
El Valle empieza en Blanca	1

Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos.

Existen diversos destinos turísticos cuyo desarrollo puede servir de ejemplo al *Valle de Ricote*. Cieza es el destino más nombrado, su cercanía hace que tenga un producto similar, pero este municipio si ha sabido aprovechar su herencia cultural y potenciar las actividades en la naturaleza a través de empresas del sector privado. Otros de los destinos mencionados son las zonas rurales de Andalucía de las que se destaca la homogeneidad arquitectónica con la que se han desarrollado, y la implicación de las poblaciones residentes en el desarrollo turístico.

TABLA 6. 29. Resumen por categorías. Comparación de la gestión turística del destino *Valle de Ricote* con otros destinos

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Cieza	3
Valle del Jerte	1
Lorca	1
Grazalema	1
Granada	1
Córdoba	1
Alpujarra	1

Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del *Valle de Ricote*.

El resultado de esta tabla permite afirmar que hay dos grandes bloques de recursos que configuran los productos turísticos con más potencialidad. Por un lado, el producto cultural basado en la herencia musulmana que ha dejado una tradición agrícola y hortelana que se desarrolló al amparo del Río Segura y de la infraestructura hidráulica que los árabes construyeron a su paso. Por otro, el producto de naturaleza y activo propiciado por un entorno geográfico en el que se encuentran parajes de sierra, y en el que, otra vez, el río se constituye en una pieza fundamental como un elemento embellecedor del paisaje y como un entorno adecuado para la práctica de actividades acuáticas. El potencial de estos

dos productos se ve incrementado por el hecho de haber sido una zona aislada que ha conservado su singularidad poco alterada hasta nuestros días.

TABLA 6. 30. Resumen por categorías. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del *Valle de Ricote*

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Huerta / agricultura	7
Herencia musulmana	5
Singularidad geográfica y humanas debido a su aislamiento	4
Naturaleza: entorno y turismo activo	4
Gastronomía	4
El río como elemento natural: entorno y turismo activo	4
El río como elemento cultural; infraestructuras hidráulicas (acequias, norias, azudes, lavaderos, centrales hidroeléctricas...	4
Patrimonio rural	2
Marca Valle de Ricote	2
Turismo slow	1
Capacidad dinamizadora del turismo en la región de Murcia	1
Alojamiento con encanto	1
Actividades deportivas	1

Categoría 4. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia.

Ya se ha comentado en varias ocasiones que Cieza y Archena poseen una identidad turística distinta de la zona objeto de estudio de esta tesis, y que Cieza ni siquiera se considera geográficamente dentro del *Valle de Ricote*, pero ambos son municipios grandes y con capacidad de atracción turística que se encuentran muy próximos y cuya realidad turística no debería verse como una competencia, sino como una complementariedad al producto turístico del Valle. En general son municipios excesivamente turísticos y cuya capacidad de atracción individual es limitada, con excepción del Balneario de Archena. Por tanto la sinergia que se produciría en actuaciones conjuntas puede ser beneficiosa para todos. En realidad, el mapa turístico de la Región de Murcia está formado por un destino predominante que es el litoral y por un gran grupo de destinos menores de

interior con una limitada capacidad de atracción. La visión de una complementariedad total de esos destinos menores al amparo de la gran demanda del trismo de *sol y playa* del litoral debería ser una estrategia a tener en cuenta por los gestores turísticos.

TABLA 6. 31. Resumen por categorías. Complementariedad del destino turístico *Valle de Ricote* con otros destinos de la Región de Murcia

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Complementariedad con Cieza y Archena	5
Complementariedad con otros destinos de la Región de Murcia (litoral, Paramount)	4
Movilidad del turista	2

Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

Los expertos coinciden en que el Valle de Ricote debería desarrollarse como un destino turístico único ya que los diversos municipios que lo integran son demasiado pequeños para tener una entidad turística propia, y sin embargo, juntos conformarían un destino atractivo. Uno de los aspectos más importantes es la creación de una marca única y homogénea y la realización de una buena promoción.

TABLA 6. 32. Resumen por categorías. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
El Valle es un destino turístico unificado	5
Falta de una marca unificada bajo un paraguas común y un buena promoción	5
Municipios demasiado pequeños para atraer gente durante mucho tiempo	3
Falta de un sentimiento de pertenencia. Importancia del conocimiento de la historia.	2
Abandono de los logros alcanzados (web, logotipo...)	1

Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado

Existe una idea generalizada de que falta un comportamiento más cívico por parte del ciudadano, este resultado se justifica si se observan algunas de las respuestas más repetidas; falta cultura turística, hay poca conciencia del Valle como destino turístico único, y no se cree en el potencial de su atractivo turístico. Si el residente no es consciente de la importancia de la actividad turística, y no aprecia sus recursos turísticos, no tendrá una actitud alerta para la conservación del entorno. La falta de conciencia cívica se manifiesta en las acciones vandálicas, que son pocas aunque escandalosas, y en una dejadez diaria. Si además, no se tiene conciencia de las sinergias de todos los municipios del Valle, difícilmente se esforzarán en colaborar o tener una actitud de tolerancia con los habitantes de los municipios cercanos.

El sector empresarial, como parte de los residentes, no posee una actitud emprendedora, se ha acostumbrado a recibir subvenciones, y ahora espera que sea otro quien resuelva sus problemas y financie sus inversiones.

TABLA 6. 33. Resumen por categorías. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado.

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Falta de conciencia cívico	10
Falta visión empresarial. Esperan que alguien resuelva y financie por ellos. Se acomodan	7
Falta cultura turística	6
Poca conciencia del Valle como destino turístico común. Individualismo	6
Existen diferencias históricas y recelos entre municipios	5
No hay conciencia del potencial del Valle	5
No saben aprovechar sinergias	4
Falta de conservación	3
Falta educación a nivel escolar	3
Falta de profesionalización del sector	2
Desconocimiento de la herencia cultural	1

Está mejorando la limpieza	1
Hay gente emprendedora	1
Poca actitud sancionadora	1
Poca participación de los residentes	1

Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel destino turístico *Valle de Ricote*.

Los resultados de este apartado están directamente relacionados con los de la categoría anterior. La falta de credibilidad en el destino unificado provoca que los agentes turísticos desaprovechen las oportunidades de cooperación, tanto las empresas privadas entre si, como la colaboración entre sectores público y privado. No existe asociacionismo empresarial, no existe comunicación efectiva entre los representantes públicos de los municipios, no existen mecanismos de comunicación entre los sectores públicos y privado, y no existe una comunicación fluida con los representantes de la administración regional. Ante este panorama, es difícil elaborar una oferta turística completa y complementaria que abarque a todo el Valle de Ricote.

TABLA 6. 34. Resumen por categorías. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio y a nivel destino turístico Valle de Ricote.

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Desaprovechamiento de oportunidades para acciones conjuntas	9
Falta colaboración entre entes públicos y privados	6
Falta de acuerdo entre los municipios	6
Falta de asociacionismo entre los empresarios	6
Falta de oferta alternativa en la que colaboren varios agentes (paquetes)	5
Falta de cooperación con el gobierno Regional	3
Cooperar para ampliar el tiempo de estancia del turista	2
Falta implicación de los agentes turísticos	2
Beneficio de la competencia	1
Dificultad de confeccionar los paquetes	1
Dificultad de que los municipios se unan	1
Empieza un poco de unión entre sector público y privado	1

Falta conciencia sobre el beneficio común	1
Importancia de ir “sembrando” poco a poco	1
Importancia del boca oreja	1
Importancia del efecto ejemplarizante	1
Los empresarios se llevan bien	1
Falta aplicación de técnicas de marketing	1
Desconocimiento de un sistema para concienciarse de las sinergias y venderlas	1
No se hacen acciones de imagen global para dar imagen de destino global	1
Preferencia por el municipio propio por parte del empresario	1

Categoría 8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

Las políticas turísticas llevadas a cabo hasta la fecha no han surtido el efecto deseado, se han emprendido muchas iniciativas cuyo objetivo parecía ser contemplar el Valle en su conjunto, pero en realidad no han sido más que un conjunto de actuaciones individualizadas por municipios bajo el marco de un único proyecto. Apenas se han desarrollado acciones conjuntas, sino que se han mejorado las infraestructuras de cada población, argumentando que debían arreglarse como parte de ese proyecto común, pero el proyecto común nunca ha llegado a ser una realidad. Es verdad que hubo una marca de “Valle de Ricote”, y que todavía se pueden ver en algunos carteles, también es cierto que se ha desarrollado alguna promoción conjunta, pero actualmente ese esfuerzo está desaprovechado, y no se ha creado un destino turístico de peso.

Al igual que ocurre con los residentes, algunos de los representantes políticos no poseen formación en turismo, y no apuestan por él. Los representantes políticos de las localidades pequeñas, no siempre tienen la formación que su puesto requiere, y no comprenden la necesidad de una cooperación efectiva entre todos los agentes. Además, el gobierno regional no apuesta por los destinos de interior, por lo cual no dedica muchos esfuerzos a tener representantes locales en materia de turismo realmente eficaces, ni establece una buena comunicación con ellos.

Algunos de los expertos consultados, consideran que sería positiva una mayor intervención del sector privado en la gestión turística.

TABLA 6. 35. Resumen por categorías. Actitud de la Administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Necesidad de una política global para crear destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento	6
Los consorcios y la mancomunidad no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino	6
El político no apuesta por el turismo	4
El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior	4
Beneficio de la participación de la empresa privada en la gestión turística	3
Los políticos actúan por interés propio, si les dan subvenciones o si sacan rendimiento. No financia nada común	3
La confederación hidrológica pone dificultades a la actividad de descenso y a la creación de un camping	3
Desprecio del trabajo de los agentes por parte del político	3
Ruptura de la mancomunidad / consorcio por no ponerse de acuerdo en la aportación y destino de los fondos	2
Poco interés de los políticos en los proyectos turísticos (slow)	2
Falta de voluntad negociadora entre el sector público y privado	2
Falta de preparación de políticos y técnicos	2
Falta de continuidad de las legislaturas para sacar planes adelante	2
Discriminación por ideas políticas	2
Desentendimiento entre Ayuntamientos de distinto signo político que frena las inversiones	2
Cuando hubo dinero se gestionó mal, incluso ahora se gasta el dinero en cosas inútiles	2
Fala de acción sancionadora	1
Poco apoyo del sector pública a la iniciativa privada (no solo económico)	1
No se pide responsabilidad política	1
Miedo a perder votos si sancionan a particulares	1
Los políticos empiezan a creérselo un poco	1
La concejalía puede atraer gente, pero el resto debe preocuparse de mantenerlos	1
Falta oferta educativa en turismo	1
El aeropuerto es una cuestión política y se abrirá	1
Blanca apuesta por el turismo total. Turismo cultural	1

Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

Como consecuencia lógica de todos los puntos anteriores, el *Valle de Ricote* se enfrenta a una falta de producto turístico estructurado, y a unos servicios turísticos poco adecuados a las exigencias de la demanda.

TABLA 6. 36. Resumen por categorías. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	Nº repeticiones
Falta producto turístico	4
El alojamiento es caro y con servicios insuficientes	4
Falta mantenimiento	3
Faltan infraestructuras	2
Falta experiencia en marketing	2
Deficiente red de las oficinas de turismo (pocas, horarios restringidos...)	2
Abandono de los huertos por necesidad de gente	2
Visualmente el entorno no está cuidado	1
Se pierden oportunidades de la gente que viene de las piraguas	1
Recursos mal señalizados	1
Pocos visitantes	1
Poco nivel del alojamiento. Algunos buenos per diseminados	1
Patrimonio cultural abandonado o mal tratado	1
Participación del sector privado en la gestión	1
Inversiones inútiles	1
Incultura	1
Han disminuido los visitantes de las zonas del litoral	1
Estacionalidad elevada	1
El turismo rural está poco unificado	1
Descuido del entorno natural	1
Desconocimiento del Valle	1
Desconocimiento de la situación del Valle y sus municipios	1
Cumplimiento de normativa para los bares: factura, lista de precios	1
Algunas infraestructuras agresivas	1
Envejecimiento de la población	1

6.2.5. Diseño de los indicadores de respuesta

Para cada categoría se ha seleccionado las subcategorías que han obtenido como mínimo una repetitividad de cuatro, lo cual representa un 28,5% de las respuestas. El objetivo de este apartado es, a partir de esas subcategorías, establecer una serie de indicadores que pueden medir las condiciones que determinan la eficacia de políticas de desarrollo turístico en destinos rurales integrados por diversos municipios. Se ha limitado la selección a las subcategorías repetidas en cuatro o más ocasiones para evitar la complejidad del modelo, pero podría ampliarse la lista bajando el límite de repetición de las subcategorías. La *tabla 6.37* muestra como resultado los indicadores más relevantes para evaluar la eficacia de un desarrollo turístico rural en un destino compuesto por diversas unidades administrativas.

TABLA 6.37. Resumen total de las entrevistas individuales y grupales

Categoría 1. Composición del Valle de Ricote		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Cieza no pertenece geográficamente al Valle de Ricote	4	Consenso sobre los límites del destino turístico
Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico Valle de Ricote con otros destinos		
Ninguna categoría refleja una repetición mayor de cuatro		
Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del Valle de Ricote		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Huerta / agricultura	7	Valoración de los recursos turísticos del destino: Naturales Culturales
Herencia musulmana	5	
Singularidad geográfica y humanas debido a su aislamiento	4	
Naturaleza: entorno y turismo activo	4	

Gastronomía	4	
El río como elemento natural: entorno y turismo activo	4	
El río como elemento cultural; infraestructuras hidráulicas (acequias, norias, azudes, lavaderos, centrales hidroeléctricas...)	4	
Categoría 4. Complementariedad del destino turístico <i>Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia.		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Complementariedad con Cieza y Archena	5	Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos
Complementariedad con otros destinos de la Región de Murcia (litoral, parque temático Paramount)	4	
Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado		
SUBCATEGORÍA	Nº Repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
El Valle es un destino turístico unificado	5	Conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico
Falta de una marca unificada bajo un paraguas común y una buena promoción	5	Posicionamiento de la imagen turística
Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Falta de conciencia cívica	10	Grado de conciencia cívica
Falta visión empresarial. Esperan que alguien resuelva y financie por ellos. Se acomodan	7	Actitud emprendedora del empresario turístico

Falta cultura turística	6	Nivel de formación del residente en materia turística
Poca conciencia del Valle como destino turístico común. Individualismo	6	Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas
Existen diferencias históricas y recelos entre municipios	5	Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos
No hay conciencia del potencial del Valle	5	Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos
No saben aprovechar sinergias	4	Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal
Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio y a nivel destino turístico <i>Valle de Ricote</i>		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Desaprovechamiento de oportunidades para acciones conjuntas	9	Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico
Falta de cooperación entre entes públicos y privados	6	Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística
Falta de asociacionismo empresarial	6	Grado de asociacionismo empresarial
Falta de acuerdo entre los municipios	6	Nivel de acuerdos entre municipios
Falta de oferta alternativa en la que colaboren varios agentes (paquetes)	5	Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos
Categoría 8. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios		

SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Necesidad de una política global para crear un destino que no dependa de los intereses particulares de cada Ayuntamiento	6	Existencia de una política turística global para el destino turístico
Los consorcios y la mancomunidad no han funcionado, solo han servido para dividir subvenciones, no para crear destino	6	Nivel de Inversión en proyectos comunes
El político no apuesta por el turismo	4	Nivel de formación y motivación de los responsables públicos
El gobierno regional no apuesta por el turismo de interior	4	Grado de cooperación entre sector público regional y local
Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores		
SUBCATEGORÍA	Nº repeticiones	DEFINICIÓN DEL INDICADOR
Falta producto turístico	4	Existencia de producto turístico
El alojamiento es caro y con servicios insuficientes	4	Valoración cualitativa de los servicios turísticos

6.3. ANÁLISIS DE LA FASE DE CONSULTA A VISITANTES Y RESIDENTES

Para completar la opinión de los expertos se ha realizado una fase de consulta a visitantes y residentes. El objetivo de esta prueba no es obtener resultados numéricos extrapolables, sino elaborar una herramienta de análisis que complemente las opiniones recogidas en las entrevistas en profundidad y los resultados de la observación directa.

La muestra de la población local se ha podido obtener a través de un muestreo probabilístico, lo cual permite extrapolar los resultados al resto de la población objetivo, no así, la muestra de la población de visitantes que obedece a un muestreo no probabilístico, y los resultados solo son aplicables al colectivo investigado.

6.3.1. Análisis de las consultas a residentes

a. Selección de las muestras

Se utiliza un muestreo probabilístico estratificado en el que cada estrato está representado por cada uno de los municipios. Dentro de cada municipio, la muestra se obtiene de forma aleatoria simple. Se toma como base la población del conjunto de los municipios estudiados según se detalla en la *tabla 6.38*.

Tabla 6. 38. Población del Valle de Ricote. 2013

	2013	Muestra
Abarán	13.157	52
Blanca	6.460	26
Ojos	531	2
Ulea	935	4
Ricote	1.417	6
Villanueva	2.449	10
	24.949	100

Fuente. Padrón municipal de habitantes

Esta fase de consulta es una parte complementaria de la metodología utilizada en este trabajo, por tanto, las conclusiones obtenidas en esta prueba servirán para matizar las alcanzadas a través del resto de pruebas (entrevistas individuales, entrevistas grupales y observación directa). Esto permite aceptar un mayor error muestral y un menor nivel de confianza en la muestra probabilística: se han realizado 100 consultas, lo que supone un error muestral de 9,78% y un nivel de confianza del 95%. Las consultas se han distribuido proporcionalmente al número de habitantes de cada municipio.

b. Elaboración del cuestionario

La elaboración del cuestionario se ha realizado teniendo en cuenta el análisis de indicadores del *capítulo 4*, y sus preguntas están orientadas a corroborar los indicadores de la *tabla 6.37*, y que se consideran los más relevantes para garantizar el éxito de un programa de desarrollo turístico en un destino rural formado por diversas localidades. En el *anexo 4* se recoge el modelo de consultas a residentes.

c. Realización de la consulta

La consulta a la población residente ha sido realizada personalmente a pie de calle por la autora de este trabajo durante el mes de mayo de 2014. Realizar la consulta de forma personal permite recoger una mayor información que la que proviene exclusivamente del conteo de las respuestas. Para un trabajo que se basa en fuentes cualitativas, tiene un gran valor el contexto, la actitud, los comentarios y la expresión no verbal de las personas consultadas. Se ha elegido el mes de mayo para realizar la fase de consultas porque según la opinión de agentes turísticos del Valle, es uno de los meses de mayor afluencia de visitantes y coincide con el inicio de la temporada de descenso del Río Segura. La secuencia de las consultas se detalla en la *tabla 6.39*.

TABLA 6. 39. Secuenciación de las consultas realizadas a la población residente.

Fecha	%	% acumulado
01/ 05/ 14	7	7
02/ 05/ 14	4	11
03/ 05/ 14	4	15
04/ 05/ 14	1	16
06/ 05/ 14	12	28
08/ 05/ 14	13	41
12/ 05/ 14	2	43
13/ 05/ 14	15	58
15/ 05/ 14	14	72
17/ 05/ 14	5	77
27/ 05/ 14	10	87
28/ 05/ 14	6	93
29/ 05/ 14	7	100
Total	100	

Fuente. Elaboración propia

Durante el proceso se han recogido datos numéricos y atributos. Se trata de datos de corte transversal, es decir, datos obtenidos en un momento determinado del tiempo para analizar los distintos valores de una misma variable.

d. Análisis descriptivo

El análisis descriptivo de las consultas a residentes comienza con la descripción del perfil de la muestra.

Como muestran las *tabla 6.40* y *6.41*, casi un 60% de los consultados tiene una edad comprendida entre los 30 y los 50 años, y la mayoría de los individuos seleccionados son de sexo femenino (68%).

TABLA 6. 40. Consulta a residentes. Edad de los consultados

Edad	%	%acumulado
>20	3	3
21-30	19	22
31-40	27	49
41-50	32	81
51-60	9	90
>60	10	100
Total	100	

Fuente. Elaboración propia

TABLA 6. 41. Consulta a residentes. Sexo de los consultados

Sexo	%
Femenino	68
Masculino	32
Total	100

Fuente. Elaboración propia

La profesión predominante es la de “sus labores”. Se encuentran también muchos individuos dedicados al sector servicios, y a la agricultura. La tipología de la muestra no es casual, en las zonas rurales sigue habiendo una menor

incorporación de la mujer al mercado de trabajo, y al realizar las consultas a pie de calle, este ha sido el colectivo de población más accesible. En la *tabla 6.42* se presentan el detalle de las profesiones de los residentes consultados.

TABLA 6. 42. Consulta a residentes. Profesión de los encuestados

Profesión	%
Sus labores	22
Otros servicios	16
Enseñanza	11
Agricultura	10
Empresario	8
Otros	7
Administrativo	7
Sanidad	6
Estudiante	5
Construcción	4
Paro	4
Total	100

Fuente. Elaboración propia

Llama la atención el elevado número de individuos que no poseen una línea de internet en casa (34%), lo cual es un síntoma de ruralidad y aislamiento.

TABLA 6. 43. Consulta a residentes. Línea de internet en casa

Internet en casa	%
No	34
Si	66
Total	100

Fuente. Elaboración propia

A continuación se presenta el resultado de una serie de preguntas relacionadas con la receptividad del residente respecto a la actividad turística y a su importancia como motor de desarrollo, son preguntas formuladas de una

forma muy general. Los residentes manifiestan que el desarrollo de la actividad turística conlleva una mejora en su calidad de vida y de su día a día, cerca del 60% de la población consultada considera que su calidad de vida mejora con el desarrollo de la actividad turística, tal y como se desprende de la *tabla 6.44*.

Tabla 6. 44. Consulta a residentes. Mejora de la calidad de vida frente al desarrollo turístico

Atributo cualitativo	Valor numérico	1.-Mejora de la vida diaria del residente		2.-Mejora de la calidad de vida del residente	
		%	% acumulado	%	% acumulado
Mucho	5	34	34	30	30
Bastante	4	28	62	29	59
Algo	3	19	81	17	76
Un poco	2	11	92	12	88
Nada	1	8	100	8	96
Total		100		96	

Fuente. Elaboración propia

Sin embargo, en la *tabla 6.45*. se refleja que los residentes del área de estudio no son igual de optimistas con el empleo, y si bien creen que el desarrollo turístico puede dar posibilidades de empleo, no son tan proclives a pensar que dichas oportunidades puedan acabar con el desempleo juvenil o evitar que los jóvenes emigren a los núcleos urbanos provocando que la población se envejezca y disminuya. Mientras un 67% de la muestra afirma que el turismo crea oportunidades de empleo, sólo el 27% cree que esto puede ser la solución al desempleo juvenil, y sólo un 38 % cree que contribuirá a que los jóvenes no emigren a los núcleos urbanos. Evitar el despoblamiento de las áreas rurales era una de los principales objetivos de los programas de desarrollo rural LEADER, pero parece que en estas localidades no se ha conseguido. A preguntas poco concretas como si el desarrollo turístico mejora su vida diaria o su calidad de vida, el residente contesta positivamente, pero cuando se le hace reflexionar sobre los efectos reales del desarrollo turístico con preguntas más concretas, su respuesta se torna más pesimista.

TABLA 6. 45. Consulta a residentes. Oportunidades de empleo.

Atributo cualitativo	Valor	3.-Creación de oportunidades de empleo local		4.-Acaba con el desempleo juvenil		5.-Favorece la permanencia de los jóvenes	
		%	% acum.	%	% acum.	%	% acum.
Mucho	5	35	35	13	13	25	25
Bastante	4	32	67	14	27	13	38
Algo	3	22	89	19	46	19	57
Nada	1	5	94	29	75	23	80
Un poco	2	5	99	24	99	19	99
Total		99		99		99	

Fuente. Elaboración propia

En términos generales, la población residente manifiesta satisfacción con la recuperación de su patrimonio. Un 43% considera que las inversiones en turismo no deberían de haberse destinado a otro sector, como se muestra en la *tabla 6.46*.

TABLA 6. 46. Consulta a residentes. Satisfacción de las inversiones en turismo

Atributo cualitativo	Valor numérico	6.- Conveniencia inversiones		7.-Satisfacción de la recuperación del patrimonio		8.-Participaciones manifestaciones culturales	
		%	% acum.	%	% acum.	%	% acum.
Mucho	5	22	22	77	77	59	59
Bastante	4	21	43	15	92	11	70
Algo	3	30	73	5	97	14	84
Un poco	2	17	90	1	98	8	92
Nada	1	5	95	1	99	8	100
Total		95		99		100	

Fuente. Elaboración propia

Como muestra la *tabla 6.47*, ante preguntas generales, el residente se muestra muy receptivo a la actividad turística.

TABLA 6. 47. .Consulta a residentes. Satisfacción frente al turista

Atributo cualitativo	Valor numérico	9.-Le agrada ver turistas		10.-Ayuda a turistas		11.-Beneficio del intercambio cultural	
		%	% acum	%	% acum	%	% acum
Mucho	5	86	86	88	88	87	87
Bastante	4	7	93	6	94	9	96
Algo	3	6	99	6	100	3	99
Un poco	2		99		100	1	100
Nada	1	1	100		100		100
Total		100		100		100	

Fuente. Elaboración propia

Pero pasada esta fase de preguntas generales, se procedió a realizar preguntas más específicas que permitieran valorar la actitud real del residente ante el destino turístico al que pertenece. Pese a que han manifestado que el turismo es beneficioso para el municipio, muy pocos reconocen conocer iniciativas turísticas que se estén desarrollando en este momento. El desconocimiento es mayor cuando se les pregunta por otras iniciativas turísticas del *Valle de Ricote* distintas de las de su municipio. Sólo el 12% reconocen conocer alguna iniciativa turística que se esté poniendo en marcha actualmente. A aquellos que han contestado que si, se les ha pedido que nombraran las que conocen y sus respuestas han sido muy poco concretas. Las tablas 6.48., y 6.49., muestran estos resultados.

TABLA 6. 48. Consulta a residentes. Conocimiento de iniciativas turísticas del municipio

	%
No	73
Si	27
Total	100

Fuente. Elaboración propia

TABLA 6. 49. Consulta a residentes. Conocimiento de otras iniciativas turísticas del *Valle de Ricote* distintas de las del municipio al que pertenece

	%
No	88
Si	12
Total	100

Fuente. Elaboración propia

Se pidió a los residentes que nombraran cinco recursos turísticos de su municipio y cinco del *Valle de Ricote* sin incluir su localidad. El 52% de las personas consultadas pudieron nombrar cinco recursos de su municipio, y sólo el 12% fue capaz de nombrar cinco recursos del Valle que no estuvieran en su localidad, el 12% no supo nombrar ningún recurso del Valle. Esto indica que el conocimiento del Valle se limita bastante al término municipal de cada persona. Difícilmente puede haber un sentimiento de unidad y pertenencia al destino si no se conocen entre sí.

TABLA 6. 50. Consulta a residentes. Conocimiento de los recursos turísticos del municipio

Nº recursos que reconocen	%	% acumulado
5	52	52
4	20	72
3	16	88
2	7	95
1	5	100
Total	100	

Fuente. Elaboración propia

Tabla 6. 51. Consulta a residentes. Conocimiento de los recursos turísticos de otros municipios del *Valle de Ricote*

Nº recursos que reconocen	%	% acumulado
5	12	12
4	18	30
3	14	44
2	31	75
1	13	88
0	12	100
Total	88	

Fuente. Elaboración propia

Con motivo de la conmemoración del 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del *Valle de Ricote*, se han realizado diversos actos. Como se observa en la *tabla 6.52*, el 72% reconoce no poder nombrar ninguno de los actos realizados en su municipio para esta conmemoración, y las respuestas dadas por el 28% restante, resultan en su mayoría vagas y poco concretas.

TABLA 6. 52. Consulta a residentes. Conocimiento de actos realizados en el municipio para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote.

Actos que conoce	%	% acumulado
0	72	72
1	20	92
2	8	100
Total	100	

Fuente. Elaboración propia

Cuando se les pregunta por la conmemoración realizada en otras localidades del Valle distintas de la propia, el desconocimiento es muy elevado, y como se ve en la *tabla 6.53*, el 92% no es capaz de responder.

TABLA 6. 53. Consulta a residentes. Conocimiento de actos realizados en otros municipios para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote.

Actos que conoce	%	% acumulado
2	2	2
1	6	8
0	92	100
Total	100	

Fuente. Elaboración propia

Los recursos turísticos más reconocibles por los residentes de cada municipio, son, en Abarán; la Ruta de las Norias, en Blanca; el Mirador del Ato Bayna, en Ricote; la sierra, en Villanueva; la ermita de San Roque, y en el Valle en su conjunto la gastronomía. Mientras que los recursos más reconocibles por los habitantes de otros municipios son, en Abarán; la Ruta de las Norias, en Blanca; los encierros taurinos, en Ojós; los Bizcochos Borrachos, en Ricote; el Restaurante El Sordo, y en Ulea; la cruz de Ulea. La *tabla 6.54* muestra los recursos turísticos del propio municipio nombrados por orden de frecuencia por sus residentes.

TABLA 6. 54. Consulta a residentes. Recursos turísticos del propio municipio mencionados por los residentes

Recurso turístico	Municipio	Nº menciones
Ruta de las norias	Abarán	48
Paraje del Jarral	Abarán	29
Ermita San Cosme y San Damián	Abarán	26
Sierra del Oro	Abarán	20
Santuario Virgen del Oro	Abarán	16
Parque Abarán	Abarán	13
Mirador del Alto Bayna	Blanca	14
Museo de Pedro Cano	Blanca	13
Castillo de Blanca	Blanca	9
Puentes Blanca	Blanca	5
Toros de Blanca	Blanca	5

Calle de las plantas	Ojós	1
Lavadero Ojós	Ojós	1
Museo Belenes	Ojós	1
Senderos Ojós	Ojós	1
Salto de la Novia	Ojós / Ulea	1
Sierra de Ricote	Ricote	5
Vino de Ricote	Ricote	3
Olivera Ricote	Ricote	3
Sector escalada Las Víboras	Ricote	2
Iglesia Ricote	Ricote	1
Gurugú	Ulea	2
Iglesia de San Bartolomé	Ulea	2
Noria Ulea	Ulea	2
Sierra de Ulea	Ulea	2
Casa del cura	Ulea	1
Ermita San Roque	Villanueva	6
Iglesia de la Asunción	Villanueva	5
Fiestas Villanueva	Villanueva	2
Miradores Villanueva	Villanueva	2
Sierra Villanueva	Villanueva	2
Gastronomía	Valle	13
Entorno natural	Valle	12
Semana Santa	Valle	3
Historia	Valle	2
Obra Hidráulica	Valle	2

Fuente. Elaboración propia

A la pregunta de cuáles son los recursos turísticos conocidos de otros municipios del Valle distintos del propio, cada residente suele mencionar los recursos de los municipios cercanos, les cuesta ver el Valle como un todo y sólo ven dentro del mismo los municipios de su alrededor. Los residentes del Valle consideran que las principales características que los diferencian de otra zona

turística de la Región de Murcia son el entorno, la naturaleza, el clima, el río y la huerta, pero apenas hacen referencia a los recursos culturales

TABLA 6. 55. Consulta a residentes. Recursos turísticos de otros municipios distintos del propio mencionados por los residentes

Recurso turístico	Municipio	Nº menciones
Ruta de las norias	Abarán	24
Ermita San Cosme y San Damián	Abarán	5
Sierra del Oro	Abarán	3
Toros de Blanca	Blanca	24
Museo de Pedro Cano	Blanca	8
Rio Blanca	Blanca	6
Castillo de Blanca	Blanca	4
Senderos Blanca	Blanca	4
Casco urbano Blanca	Blanca	3
Mirador del Alto Bayna	Blanca	3
Playa Blanca	Blanca	3
Descenso del Rio Segura	Blanca/ Abarán	9
Bizcochos Borrachos	Ojós	9
Calle de las plantas	Ojós	7
Senderos Ojós	Ojós	7
Lavadero Ojós	Ojós	3
Azud de Ojós	Ojós/ Blanca	17
Salto de la Novia	Ojós/ Ulea	7
Restaurante el Sordo	Ricote	19
Casco urbano Ricote	Ricote	4
Sierra de Ricote	Ricote	4
Vino de Ricote	Ricote	4
Cruz Ulea	Ulea	4
Fiestas Ulea	Ulea	4
Entorno natural	Valle	6
Miradores Villanueva	Villanueva	3

Fuente. Elaboración propia

En preguntas anteriores, la mayoría de los residentes afirman que los municipios del Valle deberían de colaborar más, sin embargo, se observa que ellos mismos apenas se mueven dentro del Valle. Se les ha preguntado a los residentes de los distintitos municipios con qué frecuencia se desplazan a otros municipios del Valle, y tal y como muestra la *tabla 6.56*, el 43% de los encuestados nunca se desplaza entre los municipios del Valle, y el resto suele hacerlo de forma muy esporádicas y a los municipios más grandes. La poca movilidad de los residentes entre el Valle dificulta el conocimiento mutuo y el apoyo a proyectos conjuntos.

TABLA 6. 56. Consulta a residentes. Frecuencia de visita entre los municipios

Con que frecuencia visita		Lugar de residencia					Total
		Blanca	Ojós	Ricot	Ulea	Villan	
Abarán	1 o 2 veces a la semana	2	0	0	0	0	2
	1 o 2 veces al mes	7	1	0	0	2	10
	1 o 2 veces al año	10	0	1	0	1	12
	Nunca	7	2	6	3	7	25
Total		26	3	7	3	10	49
		Abarán	Ojós	Rico	Ulea	Villan	Total
Blanca	1 o 2 veces a la semana	4	0	0	0	0	4
	1 o 2 veces al mes	10	1	3	0	0	14
	1 o 2 veces al año	20	0	1	0	1	22
	Nunca	18	1	2	4	9	34
Total		52	2	6	4	10	74
		Abarán	Blanc	Ricot	Ulea	Villan	Total
Ojós	1 o 2 veces a la semana	1	1	0	0	2	4
	1 o 2 veces al mes	5	5	4	0	1	15
	1 o 2 veces al año	2	1	2	0	2	7
	Nunca	44	19	0	4	5	72
Total		52	26	6	4	10	98

	Abarán	Blanc	Ojós	Ulea	Villan	Total
Todos los días	0	1	0	0	0	1
1 o 2 veces a la semana	1	1	0	0	0	2
Ricote 1 o 2 veces al mes	4	7	1	0	2	14
1 o 2 veces al año	7	2	0	1	3	13
Nunca	40	15	1	3	5	64
Total	52	26	2	4	10	94

	Abarán	Blanc	Ojós	Ricot	Villan	Total
Todos los días	0	0	1	0	0	1
1 o 2 veces a la semana	0	0	1	0	1	2
Ulea 1 o 2 veces al mes	3	5	0	1	0	9
1 o 2 veces al año	1	2	0	0	2	5
Nunca	48	19	0	5	7	79
Total	52	26	2	6	10	96

	Abará	Blanc	Ojós	Ricot	Ulea	Total
Todos los días	0	0	0	0	2	2
1 o 2 veces a la semana	0	1	0	0	0	1
Villanueva 1 o 2 veces al mes	3	5	0	0	0	8
1 o 2 veces al año	1	0	0	0	0	1
Nunca	48	20	2	6	2	78
Total	52	26	2	6	4	87

A la pregunta de si se sienten del *Valle de Ricote* casi todos dicen que sí (89%), pero se observa que existe una confusión sobre este concepto, es necesario explicarles que el Valle de Ricote no es sólo el municipio de Ricote, y en ocasiones, tras afirmar que si son del Valle de Ricote, insisten en que el Valle no es sólo Ricote. Algunas personas afirman que el concepto de ricoteño tiene una connotación negativa para los residentes del resto de municipios.

En general, los habitantes del Valle (81%) consideran que si debería haber más relación entre los municipios, y señalan que la causa fundamental de la falta

de relación es que los políticos no lo fomentan y la falta de vínculos entre los residentes como se muestra en la *tabla 6.57*.

TABLA 6. 57. Consulta a residentes. Razones por las que no hay más cooperación

Razones por las que no hay más cooperación	Nº respuestas*	% frecuencia
Los políticos no lo fomentan	50	40,32%
No existe vínculo entre los residentes de los municipios	27	21,77%
Los políticos están enfrentados	14	11,29%
Los municipios creen que son competencia	15	12,10%
Existen disputas históricas entre municipios	14	11,29%
El Valle de Ricote no tiene atractivo turístico	4	3,23%
	124	

*Esta respuesta puede ser múltiple

Fuente. Elaboración propia

Los residentes destacan del Valle la naturaleza, el entorno, la tranquilidad y la belleza; todos son conceptos optimistas.

6.3.2. Análisis de las consultas a visitantes

a. Selección de las muestras

La población está formada por los visitantes de los seis municipios objeto de este trabajo, o lo que es lo mismo, visitantes del *Valle de Ricote* sin considerar el municipio de Archena¹⁰². El individuo consultado es el visitante¹⁰³, no el turista.

¹⁰² De tal manera, que un archenero que visite cualquiera de los otros municipios del *Valle de Ricote*, es considerado como un visitante.

¹⁰³ Se utiliza el concepto de *visitante*. Un visitante es una persona que se desplaza de su lugar de residencia a otro distintos con fines turísticos. Se distingue del concepto de *Turista*, que es el viajero que pernocta, y del de *Excursionista*, que es el viajero que no pernocta. El objetivo de este trabajo es el visitante, independientemente de que pernocte o no. El visitante incluye a turistas y a excursionistas. El *visitante* reside en cualquier lugar, excepto en los municipios que conforman la zona de estudio, en nuestro caso, los seis municipios del Valle de Ricote.

No se distingue entre aquellos que pernoctan (turistas), y los que no lo hacen (excursionistas), esto es así, porque el objeto de este trabajo no es el estudio de la demanda, sino indagar sobre la valoración y el conocimiento que cualquier visitante tiene sobre el *Valle de Ricote* para valorar hasta que punto han sido efectivos los planes de desarrollo que han tratado de crear un destino unificado. Además, el Valle es un destino donde la mayoría de los visitantes provienen de la propia Comunidad Autónoma, y por tano no suelen pernoctar en el destino, medir la afluencia turística a través de las pernoctaciones en alojamientos turísticos no muestra su realidad turística. Para seleccionar la muestra de visitantes se ha recurrido a un método de muestreo no probabilístico de conveniencia en el que se ha tomado la “muestra disponible” (Morales Vallejo, 2012, pág. 3). En un muestreo no probabilístico la muestra se selecciona en función de los objetivos de la investigación y es una opción para solventar los problemas que supone utilizar un método costoso como el probabilístico (Callejo Gallego, Gutierréz Brito, & Viedma Rojas, 2003, pág. 137). El criterio de selección se ha establecido en base en los siguientes factores:

1. No existen datos, ni siquiera aproximados, sobre la población de visitantes al *Valle de Ricote* que permitan establecer una cifra de población fiable sobre la que aplicar los cálculos de muestreo probabilístico. Se desconoce la diferencia entre el valor de la población de interés y el valor de la muestra, en términos de tamaño y dirección. No se puede, por tanto, medir el error muestral ni hacer afirmaciones definitivas o concluyentes (Kinneer & Taylor, 1998, pág. 405).

Existen algunos datos aproximados, pero no existen registros fiables del número de visitantes del *Valle de Ricote* que sirvan de población para la muestra. Las causas son varias:

- Los estudios conocidos presentan resultados globales del *Valle de Ricote*, pero no desglosan la demanda por municipios. No existe un criterio claro en cuanto a la composición del Valle, como ya se ha comentado a lo largo de este trabajo, dependiendo de si obedecen a una razón histórica o geográfica, el Valle está constituido por unos municipios u otros. Por esta

razón, se encuentran estudios en los que Archena y Cieza son parte del *Valle de Ricote* y otros en los que no. Desde el punto de vista turístico, la zonificación no siempre se hace a nivel de *Valle de Ricote*, sino que se encuentran estudios en los que a los municipios del Valle geográfico se les añade también el municipio de Fortuna porque posee un producto turístico de salud similar al de Archena. Al no existir estudios que incluyan los mismos municipios que este estudio, y al no estar desglosados por municipios los estudios conocidos, no se puede extrapolar el número de visitantes de la zona.

- Aunque estuviera clara la zonificación, y existieran estudios que permitieran extrapolar, los sistemas actuales de estadística y análisis turístico tienen muchas limitaciones en territorios tan pequeños. Esta dificultad se ha visto agravada en los últimos años debido a la crisis económica. La Administración Pública que es la encargada de realizar estos estudios, no cuenta con presupuesto suficiente para ello.

2. La población de visitantes está muy diseminada. Existen muchos puntos geográficos que reciben unos pocos visitantes con motivaciones muy diversas. Esto obliga a desplazarse por todo el *Valle de Ricote* para evitar una muestra muy sesgada, por lo que no es operativo realizar una selección muy amplia.

Las técnicas no probabilísticas de selección de muestras provén de una alternativa que mayoritariamente incluye elementos subjetivos. A diferencia de la selección probabilística, no existen reglas, lo importante es relacionarla con el propósito de la investigación (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, p. 283).

Existen varias técnicas de elección no probabilística de muestra según Saunder, Lewis y Thornhill (2012): de muestra, dirigida¹⁰⁴, voluntaria y desordenada¹⁰⁵. En este estudio se realiza una muestra dirigida que necesita el juicio del investigador para realizar la selección que mejor responda a la

¹⁰⁴ Purposive

¹⁰⁵ Haphazard

investigación por ello es también conocida como “muestra de opinión”¹⁰⁶ o “muestra Intencionada” que atiende a criterios subjetivos relacionados con el objeto de estudio y se suele utilizar en los estudios cualitativos en los que se puede acudir al juicio de personas expertas que pueden aportar luz al problema de investigación (Gutiérrez Brito (Coor), 2007, pág. 39), se utiliza cuando se quiere trabajar con muestras pequeñas y se quiere seleccionar las que son especialmente representativas. No se trata de encontrar una muestra representativa sino cualificada. Hay varias técnicas (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, pág. 284), entre ellas se encuentra la técnica heterogénea (o máxima variedad de muestra) por la que se seleccionan un número de participantes que representen una suficiente variedad de características.

A pesar de ser una muestra no probabilística, se puede considerar de juicio prudencial¹⁰⁷ que se supone útil si se está dispuesto a aceptar el error. Igual que en el caso anterior, la fase de consulta es sólo una parte de la metodología utilizada en este trabajo, por tanto, las conclusiones obtenidas en esta prueba servirán para matizar las alcanzadas a través del resto de pruebas (entrevistas individuales, entrevistas grupales y observación directa). Los trabajos de Sáncho y García introducen, junto a los indicadores más tradicionales otros de carácter subjetivo, buscando un método que permita compaginar la información objetiva y subjetiva, y permita realizar comparaciones entre los destinos turísticos (Sancho Pérez & García Mesanat, 2006, pág. 2), y destacan la “importancia de la información que proporcionan la opinión de los colectivos que experimentan más directamente la experiencia turística, la población local y los turistas” (Sancho Pérez & García Mesanat, 2006, pág. 3)

Tratando de salvar estas dificultades se ha tomado como punto de partida un estudio de demanda del *Valle de Ricote* realizado por la Consejería de Cultura y Turismo en el año 2010 y en el que se realizaron 201 encuestas a turistas

¹⁰⁶ Judgemental sampling

¹⁰⁷ Se considera que una muestra no probabilística es de juicio prudencial cuando se estima y se razona que la muestra es representativa de una determinada población (Morales Vallejo, 2012, pág. 3).

repartidas entre sus municipios. En la *tabla 6.58* se muestra como se distribuyeron esas 201 encuestas entre la población del Valle.

TABLA 6. 58. Selección muestral del estudio de demanda del Valle de Ricote de 2010

MUNICIPIO	MUESTRA
Archena	109
Blanca	23
Ojós	17
Abarán	16
Ricote	16
Ulea	14
Villanueva del Segura	6
TOTAL	201

Fuente. (CARM. Unidad de Estudios y Estadísticas, pág. 3)

Según la Consejería de Cultura y Turismo, en el año 2013, el *Valle de Ricote* recibió un total de 64.993 viajeros, 56.224 de los cuales eran residentes en España (incluida la Región de Murcia), y 8.768 en el extranjero¹⁰⁸. Para depurar estas cifras se debe eliminar la parte correspondiente al municipio de Archena. Si en el estudio de demanda de 2010, la Consejería de Cultura y Turismo consideró que la muestra de Archena era un 54,2% del total de la población, se va a considerar ese mismo porcentaje para depurar el dato del número de turistas del año 2013: 64.993. En la *tabla 6.59* se muestra el detalle de este cálculo.

¹⁰⁸ [http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas-de-turismo?pagina=turismo-de-interior-viajeros-residentes-en-espana&mes desde=01&mes hasta=12&anu desde=2013&anu hasta=2013](http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas-de-turismo?pagina=turismo-de-interior-viajeros-residentes-en-espana&mes%20desde=01&mes%20hasta=12&an%20desde=2013&an%20hasta=2013) Consultado el 4 de abril de 2014.

TABLA 6. 59. Estimación del número de viajeros al *Valle de Ricote*

Estudio de demanda turística 2010. Consejería de Cultura y Turismo. Distribución del porcentaje de encuestados	
Abarán, Blanca, Ojós, Ricote, Ulea, Villanueva 45,7%	Archena 54,3 %
Estadísticas de la Consejería de Cultura y Turismo 2013. Número de viajeros: 64.993 viajeros. Se aplica el porcentaje de encuestados en el año 2001 al número de turistas del 2013	
Abarán, Blanca, Ojós, Ricote, Ulea, Villanueva 45,7%: 27.702 turistas	Archena 54,3 %: 35.292 turistas

La población se podría aproximar a 27.702 turistas para el año 2013. Según el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, la estacionalidad del Valle de Ricote presenta el comportamiento que se muestra en la *tabla 6.60* y en la *figura 6.8*:

TABLA 6. 60. Estacionalidad de la demanda turística del Valle de Ricote. Año 2013

Mes	Turistas	%
E	4.063	6,25%
F	5.220	8,03%
M	6.760	10,40%
A	5.549	8,54%
M	5.408	8,32%
J	5.060	7,79%
J	4.581	7,05%
A	6.457	9,94%
S	5.717	8,80%
O	5.186	7,98%
N	5.582	8,59%
D	5.408	8,32%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM

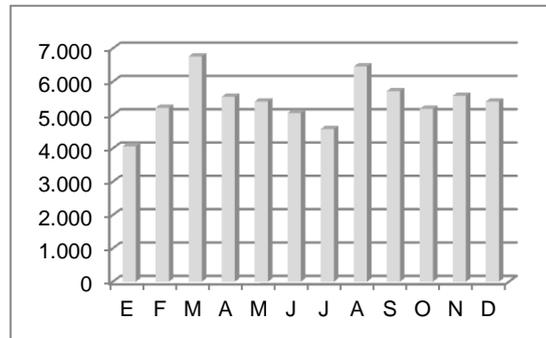


FIGURA 6. 8. Estacionalidad de la demanda turística del Valle de Ricote. Año 2013

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la CARM

El mes de mayo, mes en el que se realizó la consulta, representa el 8,32% de la demanda. Por tanto, la población final estaría en torno a 2.305 (27.702 visitantes x 8,32%).

b. Elaboración del cuestionario

Al igual que en el caso de los residentes, la elaboración del cuestionario se ha realizado teniendo en cuenta el análisis de indicadores del *capítulo 4*, y sus preguntas están orientadas a corroborar los indicadores de identificados en la *tabla 6.37* y que se consideran los más relevantes para garantizar el éxito de un programa de desarrollo turístico en un destino rural formada por diversas localidades. En el *anexo 4* se recoge el modelo de consultas a residentes.

c. Realización de consulta

Se han seleccionado a los individuos de forma aleatoria. El criterio ha sido temporal, y se ha priorizado la diversidad de los individuos frente a la cantidad. Se han realizado todas las consultas posibles durante el mes de mayo de 2014, tratando de que estas fueran representativas de la mayor diversidad de motivaciones de los individuos. El total de consultas realizadas ha sido 50. Los lugares en los que se han realizado han sido:

- Abarán: Casco urbano de, Paraje del Jarral, y Ruta de las Norias.

- Blanca: Museo del Agua, Museo de Pedro Cano, Casco urbano, y final del Descenso del Río Segura.
- Ojós: Casco urbano, Sendero del río, y Museo de los belenes.
- Ricote: Casco urbano, Restaurante el Sordo, Sector de escalada las Víboras, y rutas de montaña.
- Villanueva del Segura: Casco urbano y miradores.
- Ulea: casco urbano y senderos.

Las consultas, al igual que en el caso de los residentes, han sido realizadas a pie de calle personalmente por la autora de este trabajo. Durante el proceso se han recogido datos numéricos y atributos. Se trata de datos de corte transversal que son medidos a través de los individuos para un mismo momento.

Las consultas se han secuenciado según se muestra en la *tabla 6.61*

TABLA 6. 61. Consulta a visitantes. Secuenciación de las consultas realizadas a los visitantes

Fecha	%
01/ 05/ 14	2
02/ 05/ 14	6
03/ 05/ 14	6
04/ 05/ 14	2
10/ 05/ 14	14
11/ 05/ 14	4
13/ 05/ 14	2
15/ 05/ 14	2
17/ 05/ 14	6
23/ 05/ 14	14
24/ 05/ 14	30
25/ 05/ 14	4
31/ 05/ 14	8
Total	100

Fuente. Elaboración propia

El número de consultas realizadas en cada municipio se detalla en la *tabla 6.62*.

TABLA 6. 62. Consulta visitantes. Lugar de residencia de los consultados.

	Frecuencia	%
Blanca	16	32
Ricote	12	24
Abarán	8	16
Ojós	6	12
Ulea	5	10
Villanueva	3	6
Total	50	100

Fuente. Elaboración propia

d. Análisis descriptivo

El análisis descriptivo de las consultas a visitantes comienza con la descripción del perfil de la muestra. Como muestra la *tabla 6.63* casi un 60% de los consultados tiene una edad comprendida entre los 19 y los 40 años, es por tanto un perfil de turistas mayoritariamente joven.

TABLA 6. 63. Consulta a visitantes. Edad

	Frecuencia	%	% acumulado
19-30	17	34	34
31-40	12	24	58
41-50	8	16	74
51-60	11	22	96
>60	2	4	100
Total	50	100	

Fuente. Elaboración propia

La mayoría de los individuos consultados son de sexo masculino (62%) cuyas profesiones predominantes son las de “estudiante” y “enseñanza”, seguidos por “sanitarios” y “administrativos”.

TABLA 6. 64. Consulta a visitantes. Sexo

	Frecuencia	%
Masculino	31	62
Femenino	19	38
Total	50	100

Fuente. Elaboración propia

TABLA 6. 65. Consulta a visitantes. Profesión.

	Frecuencia	%
Estudiante	11	22
Enseñanza	8	16
Sanidad	4	8
Administrativo	4	8
Empresario	3	6
Jubilado	3	6
Paro	3	6
Agricultura	2	4
Otros	12	24
Total	50	100

Fuente. Elaboración propia

Otras características de su perfil son que el gasto medio diario es de 32 euros y que la mayoría no realiza actividades guiadas. Tal y como se muestra en la *tabla 6.66* los visitantes consultados proceden en su mayoría de la ciudad de Murcia y de otros puntos de la Región (76%), y han acudido al Valle por motivos de ocio y para realizar actividades en la naturaleza (*tabla 6.67*).

TABLA 6. 66. Consulta a visitantes. Lugar de residencia.

	Frecuencia	%
Murcia	17	34
Lorca	5	10
Cieza	4	8
Otros Región de Murcia	12	24
Albacete	4	8
Madrid	1	2
Otros España	1	2
Otros extranjeros	6	12
Total	50	100

Fuente. Elaboración propia

TABLA 6. 67. Consulta a visitantes. Motivación del viaje

	Frecuencia	%
Actividades en la naturaleza	18	36
Turismo	8	16
Gastronomía	6	12
Visita familia	6	12
Descenso del rio	5	10
Estudiar	2	4
Visita amigos	2	4
Trabajo	1	2
Compras	1	2
Fiestas	1	2
Total	50	100

Fuente. Elaboración propia

Se ha querido testar el conocimiento que sobre el Valle tienen los visitantes del mismo, tratando de averiguar hasta que punto conocen los municipios que lo integran. Sólo el 40% ha sido capaz de nombrar 6 o 5 de los municipios que lo

forman y se ha observado una confusión entre el Valle y el municipio de Ricote. Por norma general, sólo han sido capaces de nombrar los municipios cercanos al lugar en el que se encontraban. Un 14% de los visitantes consultados no ha nombrado ninguno de los municipios. Al igual que en el caso de los residentes, se observa una confusión general para entender el concepto *Valle de Ricote*. Los resultados de esta pregunta se muestran en la *tabla 6.68*.

TABLA 6. 68. Consulta a visitantes. Número de municipios del *Valle de Ricote* que saben que pertenece al Valle los visitantes consultados.

	Frecuencia	%	% acumulado
7	3	6	6
6	6	12	18
5	11	22	40
4	4	8	48
3	10	20	68
2	9	18	86
0	7	14	100
Total	50	100	

Fuente. Elaboración propia

En la relación siguiente se indica el número de veces que cada municipio ha sido incluido en las respuestas de los visitantes a la pregunta de que municipios forman el Valle. Los municipios más mencionados son Ricote y Blanca, ya que 28 visitantes han identificado que pertenecen al Valle, mientras que sólo 15 personas (30%) han identificado que Abarán, Archena y Ulea pertenecen al *Valle de Ricote*.

- Ricote: 28
- Blanca: 28
- Ojós: 23
- Villanueva: 17
- Abarán: 15
- Archena: 15
- Ulea: 15

Durante todo este trabajo se ha defendido la pertenencia de Archena al Valle desde un punto de vista geográfico, pero no desde el punto de vista turístico, y de hecho, muy pocos visitantes identifican ese municipio dentro del destino turístico.

Otra de las pruebas que se ha hecho para comprobar el conocimiento que los visitantes tienen del Valle ha sido preguntar si conocían la localización de algunos de sus recursos turísticos más emblemáticos. Los recursos más reconocibles por los visitantes, tal y como muestra la *tabla 6.69*, son: el descenso del Río Segura, el paisaje árabe, el restaurante el Sordo, la cultura del agua, y el Museo de Pedro Cano.

TABLA 6. 69. Consulta a visitantes. Conocimiento de los recursos turísticos más emblemáticos.

	Lo conoce		Lo ha visitado	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Descenso del rio segura	38	76	24	48
Paisaje árabe	31	62	31	62
Restaurante el Sordo	26	52	17	34
Cultura del agua	25	50	25	50
Museo de Pedro Cano	24	48	10	20
Vino	21	42	20	40
Bizcochos borrachos	17	34	9	18
Salto de la Novia	15	30	1	2
Ruta de las norias	13	26	9	18
Picardías	10	20	8	16
Paraje del Jarral	9	18	8	16
Pico Almece	9	18	5	10
Mirador del Alto Bayna	6	12	5	10
El Gurugú	6	12	5	10
Iglesia de la Asunción	5	10	5	10
Museo de marionetas	2	4	1	2
Iglesia de la Asunción	1	2	1	2

Fuente. Elaboración propia

Este mismo resultado se puede observar de forma más gráfica en la *figura 6.9*

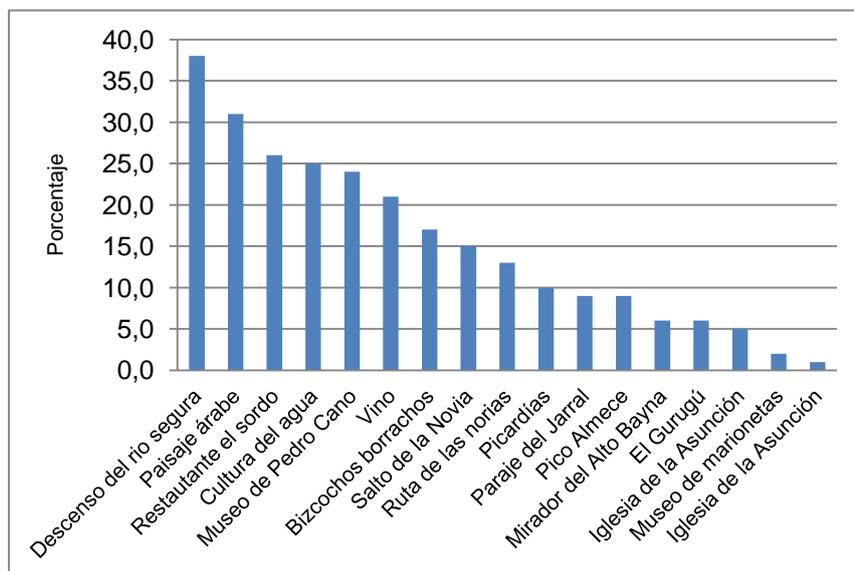


FIGURA 6. 9. Consulta a visitantes. Conocimiento de los recursos turísticos más emblemáticos

Respecto a la cantidad de recursos que han sido capaces de reconocer los visitantes, más de la mitad de los consultados no reconocen más de 4 de los 12 propuestos según se muestra en la *tabla 6.70* y la *figura 6.10*

TABLA 6. 70. Consulta a visitantes. Número de recursos reconocidos

Nº de recursos reconocidos	Frecuencia	%	% acumulado
0	3	6	6
1	4	8	14
2	2	4	18
3	9	18	36
4	8	16	52
5	5	10	62
6	4	8	70
7	6	12	82
8	3	6	88
9	3	6	94
10	1	2	96
11	0	0	96
12	2	4	100

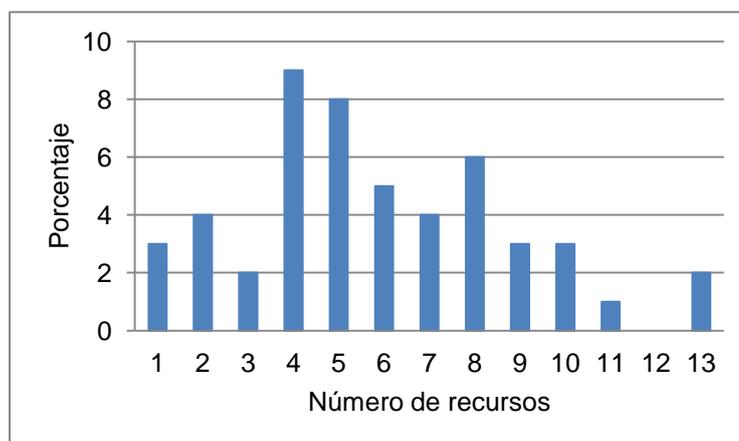


FIGURA 6. 10. Consulta a visitantes. Número de recursos reconocidos

También se ha preguntado a los visitantes sobre su conocimiento del 400 centenario de la expulsión de los moriscos del Valle de Rictoe, y se ha observado que el 70% desconoce este hecho. La *tabla 6.71*, muestra la valoración que en una escala de 1 a 5, los visitantes dan a distintos aspectos del *Valle de Ricote*.

TABLA 6. 71. Consulta a visitantes. Valoración del destino

	Valoración media
Hospitalidad del residente	4,26
Seguridad	4,1
Calidad del alojamiento	4,1
Atractivo del municipio	3,8
Relación calidad precio de los servicios turísticos	3,72
Señalización y acceso a los municipios	3,56
Conservación del entorno	3,32
Comunicación con otros municipios	3,3
Profesionalidad del personal de servicios turísticos	3,3
Señalización y acceso a lugares de interés turístico	3,18
Adecuación de la infraestructura turística	3,17
Calidad y variedad de la oferta gastronómica	3,16
Limpieza	3,1
Atractivo de la oferta cultural y de ocio	2,84
Información proporcionada sobre la zona: mapas...	2,55
Atractivo del comercio	2,29

Fuente. Elaboración propia

Por último, se ha pedido a los visitantes que definan el Valle de Ricote, y su respuesta se muestra en la *tabla 6.72*.

TABLA 6. 72. Consulta a visitantes. Definición del Valle de Ricote

	Frecuencia	%
Naturaleza	13	18,84
Árabe	6	8,70
Relajante	6	8,70
Belleza	5	7,25
Gastronomía	5	7,25
Abandonado	4	5,80
Turismo activo	4	5,80
Agua	3	4,35
Auténtico	3	4,35
Huerta	3	4,35
Luz	3	4,35
Rio	2	2,90
Calor	2	2,90
Otros	2	2,90
Desconocido	2	2,90
Alegría	2	2,90
Divertido	1	1,45
Sorprendente	1	1,45
Rural	1	1,45
Sequia	1	1,45
	69	100,00

Fuente. Elaboración propia

6.4. RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO

En la *tabla 6.37*. se identificaron los indicadores de respuesta más representativos del desarrollo turístico en áreas rurales. A continuación se va a

plantear una matriz de posicionamiento partiendo de esos indicadores, matizada con los resultados del resto de pruebas. La matriz de posicionamiento es muy utilizada por los profesionales del marketing, y se basa en el posicionamiento de los productos de la empresa en una matriz generalmente bidimensional, con una dimensión relativa al atractivo del mercado y otra a la fuerza competitiva de la empresa (Munuera, Escudero, Munuera Alemán, & Rodríguez Escudero, 2007, pág. 151). En ella se establece una valoración que combina dos factores y que permite priorizar las acciones de la empresa respecto a sus productos en el mercado. Esta metodología es extrapolable a estudios de otras aéreas en los que se quiera establecer indicadores que combinan varios factores.

En este caso se ha creado una matriz cuya primera columna representa los indicadores definidos en la *tabla 6.37*. Se han establecidos dos dimensiones; la primera relativa a la prioridad del indicador para el desarrollo turístico de un destino turístico rural, y la segunda relativa al nivel de consecución de dicho indicador en la zona de estudio. Se ha valorado cada dimensión en una escala de 1 a 5.

Cálculo de la dimensión *prioridad*

La prioridad y la importancia son conceptos distintos, todos los indicadores seleccionados son muy importantes para el desarrollo turístico del destino, pero su consecución debe hacerse de forma secuencial, el concepto de prioridad indica la sucesión en la que deben ser abordados. La valoración de la columna relativa a la prioridad del indicador está compuesta por dos aspectos:

- Frecuencia de opinión. Se ha valorado la prioridad que los agentes turísticos confieren a cada indicador en función de las veces que las ideas asociadas a cada uno de ellos han sido mencionadas en las entrevistas grupales e individuales. De esta manera se le está dando un protagonismo a los agentes locales y expertos para que sean ellos quienes decidan cuales son los indicadores de resultado que condicionan el desarrollo turístico de su territorio.

Este dato se ha obtenido de la *tabla 6.37*. Los indicadores de dicha tabla pertenecen a subcategorías repetidas cuatro o más veces, de tal manera que el mínimo de repeticiones es cuatro veces y el máximo diez. Se le ha otorgado a

cada indicador una valoración de 1 a 10 en función de las veces que ha sido mencionado. Los resultados se muestran en la *tabla 6.73*

TABLA 6. 73. Valoración de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la frecuencia con que sus ideas han sido mencionadas por los locales y expertos

INDICADORES	Valoración
Grado de conciencia cívica	10
Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico	9
Actitud emprendedora del empresario turístico	8
Valoración de los recursos turísticos del destino: - Naturales - Culturales	7
Nivel de formación del residente en materia turística	6
Existencia de una política turística global para el destino turístico	6
Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas	6
Grado de asociacionismo empresarial	6
Nivel de acuerdos entre municipios	6
Nivel de Inversión en proyectos comunes	6
Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos	5
Existencia de producto turístico	5
Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino	5
Conciencia de los residentes de pertenencia a un destino turístico	5
Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística	5
Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos	5
Posicionamiento de la imagen turística	5
Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos	5
Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal	4
Consenso sobre los límites del destino turístico	4
Nivel de formación y motivación de los responsables públicos	4

Grado de cooperación entre sector público regional y local	4
Valoración cualitativa de los servicios turísticos	4

Fuente. Elaboración propia

- Valoración de la investigadora. Se ha valorado la prioridad de los indicadores en función de la opinión de la autora de este trabajo, teniendo en cuenta todo el proceso de su labor investigadora a lo largo del presente estudio. Todos los indicadores son relevantes pero algunos son prioritarios en su orden de consecución. La valoración se ha hecho según el siguiente proceso:

1. Se han ordenado los indicadores por orden de prioridad.

2. Se han agrupado en diez intervalos jerárquicos. El primer intervalo representa los indicadores más prioritarios para conseguir un desarrollo turístico, y se les ha otorgado un valor de 10, el segundo intervalo recoge los indicadores con un nivel de prioridad inmediatamente inferior, y se les ha otorgado un valor de 9, y así sucesivamente, hasta haber asignado las valoraciones de 1 a 10.

El resultado se muestra en la *tabla 6.74*

TABLA 6. 74. Valoración de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la valoración de la investigadora

INDICADORES	Prioridad	Valoración
Valoración de los recursos turísticos del destino: - Naturales - Culturales	1	10
Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino	2	
Nivel de formación del residente en materia turística	3	9
Grado de conciencia cívica	4	
Nivel de formación y motivación de los responsables públicos	5	
Conciencia de los residentes de pertenencia a un destino turístico	6	8
Existencia de una política turística global para el destino turístico	7	

Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas	8	7
Consenso sobre los límites del destino turístico	9	
Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal	10	
Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística	11	6
Nivel de acuerdos entre municipios	12	
Actitud emprendedora del empresario turístico	13	
Grado de asociacionismo empresarial	14	
Nivel de Inversión en proyectos comunes	15	5
Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos	16	
Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico	17	
Grado de cooperación entre sector público regional y local	18	4
Existencia de producto turístico	19	
Posicionamiento de la imagen turística	20	3
Valoración cualitativa de los servicios turísticos	21	
Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos	22	2
Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos	23	

La base de cualquier desarrollo turístico es la existencia de recursos turísticos con capacidad de atracción. Para que estos puedan ser convertidos en productos turísticos comercializables y antes de emprender cualquier plan de desarrollo, se requiere la aportación de toda la comunidad local. Los residentes deben ser conscientes del valor de sus recursos, y tanto los gestores turísticos como los residentes deben de tener la suficiente formación y motivación en materia turística para que se cree en contexto favorable al éxito de un proyecto de desarrollo. Una vez creado este contexto, se requiere la existencia de una política global del destino que marque las directrices del desarrollo sostenible del área. Se habla de destinos formados por diversos municipios, por lo que se requiere contar con la sinergia fruto de la aportación de cada uno de ellos, y para

ello es necesario que los residentes tomen conciencia de la existencia de un destino turístico más allá de las divisiones administrativas, y que queden claros cuales son los límites de ese destino. El aprovechamiento de las sinergias se lleva a cabo a través de la cooperación entre los entes públicos y privados involucrados en la actividad turística, en este punto adquiere relevancia una clase empresarial activa y con fuertes mecanismos de asociacionismo que permitan desarrollar proyectos colaborativos que beneficien a todo el destino y que aboguen por el desarrollo de inversiones que tengan como objetivo el destino turístico y no los diversos municipios. Una vez creadas las estructuras de cooperación, se requieren mecanismos que permitan que las relaciones entre agentes de distintos municipios sean efectivas y se desarrollen con fluidez.

La creación de un productos turístico competitivo es el objetivo de todo este proceso, pero no puede existir producto si no se desarrollan todos los puntos anteriores. Una vez creado el producto, se debe posicionar su imagen para hacerlo visible en el mercado. Toda esta secuencia debe acabar en la creación de una oferta turística de calidad coordinada entre todos los agentes. El siguiente paso es abrir el campo de visión más allá del propio destino turístico, y una vez construido un producto turístico fuerte, buscar su complementariedad con otros destinos regionales

La valoración global de la prioridad de los indicadores es una media de las valoraciones de la *tabla 6.73* y *6.74*, y se muestra en la *tabla 6.75*

TABLA 6. 75. Valoración global de la prioridad de los indicadores de respuesta en función de la valoración de la investigadora

INDICADORES	Valoración de la tabla 6.73	Valoración de la tabla 6.74	Valoración total
Grado de conciencia cívica	10	9	9,5
Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico	9	5	7
Actitud emprendedora del empresario turístico	8	6	7
Valoración de los recursos turísticos del destino: - Naturales - Culturales	7	10	8,5
Nivel de formación del residente en materia turística	6	9	7,5
Existencia de una política turística global para el destino turístico	6	8	7
Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas	6	7	6,5
Grado de asociacionismo empresarial	6	6	6
Nivel de acuerdos entre municipios	6	6	6
Nivel de Inversión en proyectos comunes	6	6	6
Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos	5	2	3,5
Existencia de producto turístico	5	4	4,5
Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino	5	10	7,5
Conciencia de los residentes de pertenencia a un destino turístico	5	9	7
Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística	5	6	5,5
Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos	5	5	5
Posicionamiento de la imagen turística	5	4	4,5
Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos	5	3	4

Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal	4	7	5,5
Consenso sobre los límites del destino turístico	4	7	5,5
Nivel de formación y motivación de los responsables públicos	4	9	6,5
Grado de cooperación entre sector público regional y local	4	5	4,5
Valoración cualitativa de los servicios turísticos	4	3	3,5

Cálculo de la dimensión *consecución*

Se ha seguido un procedimiento similar para valorar el nivel de consecución de los indicadores de respuesta en la zona de estudio. La puntuación que se muestra en la *tabla 6.76* se ha realizado según la valoración de la investigadora tras analizar todas las pruebas expuestas en este capítulo

1. Se han ordenado los indicadores por orden de consecución en el destino.

2. Se han agrupado en diez intervalos jerárquicos. El primer intervalo representa los indicadores con mayor nivel de consecución, y se les ha otorgado un valor de 10, el segundo intervalo recoge los indicadores con un nivel de consecución inmediatamente inferior, y se les ha otorgado un valor de 9, y así sucesivamente, hasta haber asignado las valoraciones de 1 a 10.

TABLA 6. 76. Valoración de la investigadora de la consecución de los indicadores de desarrollo turístico en el destino estudiado.

	Orden Consecución	Valora ción
Valoración de los recursos turísticos del destino: - Naturales - Culturales	1	10
Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino	2	
Consenso sobre los límites del destino turístico	3	9
Valoración cualitativa de los servicios turísticos	4	
Conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico	5	8

Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas	6	
Actitud emprendedora del empresario turístico	7	7
Grado de conciencia cívica	8	
Posicionamiento de la imagen turística	9	
Nivel de formación y motivación de los responsables públicos	10	6
Nivel de inversión en proyectos comunes	11	4
Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico	12	
Grado de asociacionismo empresarial	13	3
Nivel de formación del residente en materia turística	14	
Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos	15	
Grado de cooperación entre sector público regional y local	16	
Nivel de acuerdos entre municipios	17	2
Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal	18	
Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos	19	
Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos	20	
Grado de cooperación ente entes públicos y privados en materia turística	21	
Existencia de una política turística global para el destino turístico	22	1
Existencia de producto turístico consolidado	23	

A continuación se trasladan los resultados a la matriz de posicionamiento *prioridad/consecución*. En la primera columna *valoración de la prioridad* se han trasladado los resultados de la columna de valoración total de la *tabla 6.75*, y en la segunda columna *valoración de la consecución en el destino* se han trasladado los resultados de la columna de valoración de la *tabla 6.76*. Los resultados se presentan en la *tabla 6.77*, y de forma gráfica en la *figura 6.11*.

Los componentes de la representación gráfica de la matriz han sido ligeramente modificados con el objeto de facilitar su lectura, ya que algunos de los elementos se solapan.

TABLA 6. 77. Matriz de prioridad y consecución de los indicadores de respuesta en un destino rural

	Prioridad	Consecución
Categoría 1. Composición del <i>Valle de Ricote</i>		
Consenso sobre los límites del destino turístico	5,5	9
Categoría 2. Comparación de la gestión turística del destino turístico Valle de Ricote con otros destinos		
No existe un número representativo de opiniones		
Categoría 3. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos de los seis municipios del Valle de Ricote estudiados en esta tesis.		
Valoración de los recursos turísticos del destino: - Naturales - Culturales	8,5	10
Categoría 4. Complementariedad del <i>destino turístico Valle de Ricote</i> con otros destinos de la Región de Murcia.		
Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos	3,5	3
Categoría 5. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar y destino turístico unificado		
Conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico	7	8
Posicionamiento de la imagen turística	4,5	7
Categoría 6. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado		
Grado de conciencia cívica	9,5	7
Actitud emprendedora del empresario turístico	7	7
Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas	6,5	8
Nivel de formación del residente en materia turística	7,5	3

Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos	5	2
Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino	7,5	10
Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal	5,5	2
Categoría 7. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipio, y a nivel <i>destino turístico Valle de Ricote</i>		
Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico	7	4
Grado de asociacionismo empresarial	6	3
Nivel de acuerdos entre municipios	6	2
Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos	4	2
Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística	5,5	2
Categoría 8. Actitud de la Administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios		
Existencia de una política turística global para el destino turístico	7	1
Nivel de Inversión en proyectos comunes	6	4
Nivel de formación y motivación de los responsables públicos	6,5	6
Grado de cooperación entre sector público regional y local	4,5	3
Categoría 9. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores		
Existencia de producto turístico	4,5	1
Valoración cualitativa de los servicios turísticos	3,5	9

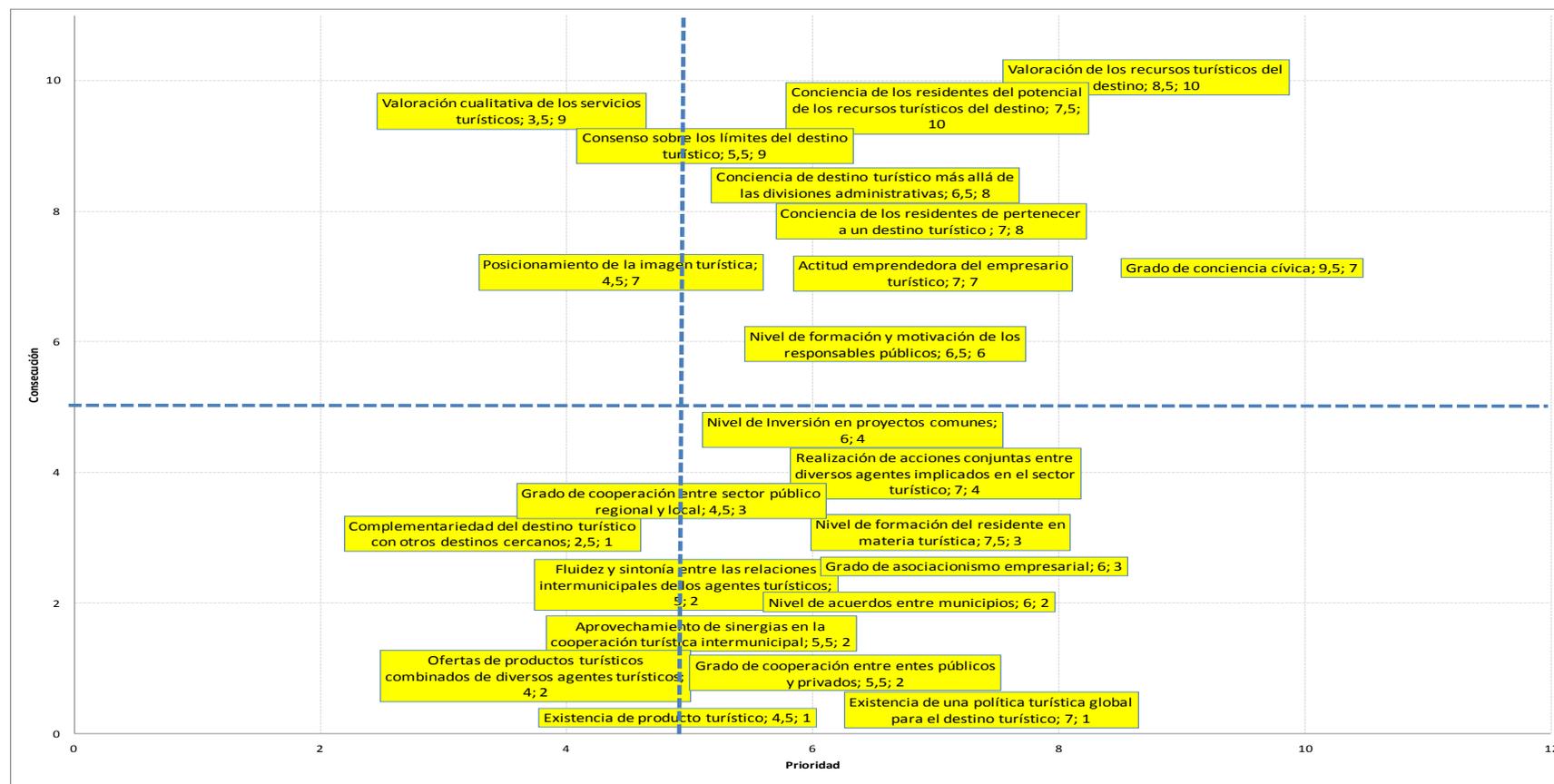


FIGURA 6. 11. Gráfico de prioridad y consecución de los indicadores de respuesta en un destino rural

La *figura 6.11* se puede dividir en cuatro secciones:

1. La sección superior derecha muestra aquellos indicadores muy prioritarios para el desarrollo turístico de un área rural y que en el caso del *Valle de Ricote* tiene un elevado nivel de consecución. En este cuadrante se sitúan los indicadores: conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino, valoración de los recursos turísticos en destino, conciencia de un destino turístico más allá de las divisiones administrativas, consenso sobre los límites del destino turístico, grado de conciencia cívica, conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico, actitud emprendedora del empresario turístico, y nivel de formación y motivación de los responsables turísticos.

La base para el desarrollo turístico de un territorio, es la existencia de recursos con capacidad de atracción de visitantes, este requisito se ha demostrado que se cumple en la zona de estudio. Es muy importante también, la actitud que el residente tiene ante estos recursos. El residente del *Valle de Ricote* tiene conciencia del potencial turístico de sus recursos y de que su potencialidad sería mayor si se unieran con el resto de municipios del Valle. La limitación se encuentra en la falta de una mayor formación a nivel turístico que les haga comprender el efecto del desarrollo turístico sobre el bienestar de la comunidad, y motive a la población residente a participar activamente en su desarrollo y conservación, y que demande la implicación del sector público. Se ha insistido constantemente en la importancia de la conciencia cívica del residente, no se puede decir que no la tenga, ya se ha repetido, que la dejadez del destino es más debido a actos aislados de vandalismo que a un comportamiento poco cívico generalizado y que no es sancionado por la administración pública. El sector privado es el que desarrolla la oferta turística, de aquí que su carácter emprendedor sea fundamental para el desarrollo turístico, y ese carácter emprendedor existe, pero se ve frustrado por la falta de respuesta de la administración pública y de otros agentes turísticos. El sector empresarial adolece de falta de formación en materia de gestión empresarial y marketing.

Dentro del sector público se encuentran una variedad de perfiles, se puede constatar que existen representantes públicos con una buena formación y una alta

motivación en el sector turístico, como es el caso de Blanca y Ulea, pero esto choca con la falta de formación y motivación de otros Ayuntamientos, además, no se canaliza el conocimiento existente hacia una política turística que englobe a todos sus municipios, sino que se emplea en la potencialización del municipio propio.

2. La sección inferior derecha muestra aquellos indicadores prioritarios para el sector turístico y cuya consecución es escasa en la zona de estudio. Estos son los siguientes: nivel de formación de los residentes en materia turística, aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal, realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico, grado de asociacionismo empresarial, grado de cooperación entre entes públicos y privados, existencia de una política turística global para el destino, y nivel de acuerdo entre los municipios, y nivel de inversión en proyectos comunes.

Se reafirma la idea del apartado anterior, el territorio tiene potencial en sus recursos, en sus residentes, y en sus empresarios, pero no está suficientemente explotado por la falta de formación en materia de turismo. Los residentes reconocen esta situación, pero no son capaces de tomar una postura activa porque desconocen los mecanismos de funcionamiento del sector turístico. A pesar de todo el potencial turístico de la zona, no se dan las circunstancias para que este se aproveche, no hay asociacionismo empresarial, no hay cooperación entre los diversos agentes públicos y privados, ni una política global del destino turístico. Esto conlleva que no se aprovechan las sinergias que se derivarían de una colaboración entre todos los agentes turísticos de todos los municipios en aras del desarrollo de un destino turístico único.

La gestión estratégica de un destino turístico exige compartir ideas entre los ciudadanos y los gestores públicos. La industria turística necesita ser sensible a las necesidades de la comunidad local, y debe, en el sentido amplio, ser aceptada por esta, “esto exige una comprensión de los mecanismos por los cuales el turismo puede convertirse en parte de la comunidad, más que como una imposición” (Hall C. , 2008, p. 204). Atendiendo a la literatura turística, la colaboración entre los distintos agentes de los destinos turísticos es sorprendentemente rara, a la vez que se convierte cada vez más en un creciente e importante componente de planificación turística estratégica (Hall C. , 2008, p. 204). Según Willians y Gil (1994, p. 184), la involucración de la comunidad en

establecer las condiciones deseables es, quizás, el elemento individual más importante para el desarrollo de la gestión.

3. La sección superior izquierda muestra aquellas categorías que han sido calificadas como de prioridad secundaria, no quiere con esto decirse que sean menos importante, sino que su prioridad está supeditada a la consecución de los indicadores de los cuadrantes tratados en los puntos anteriores, y si han logrado un grado de consecución alto. Estas categorías son; valoración cualitativa de los servicios turísticos, y el posicionamiento de la imagen turística.

Algunos servicios turísticos como el alojamiento y la restauración requieren de una actualización en cuanto a su calidad y precio, pero en términos generales se puede considerar que tienen una categoría aceptable. Por otro lado, debido a la falta de un producto consolidado, parece que el número de estas empresas es suficiente, si bien, deberá aumentar como parte de un plan de creación de un producto turístico competitivo. La imagen turística es muy importante, pero no debe diseñarse ni posicionarse hasta que el producto turístico esté perfectamente definido. Por otro lado, la marca *Valle de Ricote* existe y es conocida, por lo que dentro de un plan de desarrollo turístico, el posicionamiento cuenta con ciertas ventajas.

4. El cuadrante inferior izquierdo, muestra aquellos indicadores que siendo de prioridad secundaria, tampoco tienen un grado de consecución alto. Estos indicadores son: oferta de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos, fluidez y sintonía entre las acciones intermunicipales de los agentes turísticos, grado de cooperación entre sector público regional y local, existencia de producto turístico y el grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos

7. CONCLUSIONES Y APORTACIONES PRÁCTICAS

7.1 CONCLUSIONES

El turismo rural tuvo en España un crecimiento muy importante hasta el año 2006. Este crecimiento fue más una consecuencia de las bajas cotas de las que partía que del desarrollo real del producto, pero las cifras sirvieron para confundir al sector, que vio en este nuevo tipo de turismo una vía dinamizadora eficaz del medio rural. Pero a partir del año 2007 el sector comenzó a mostrar indicadores que reflejaban una situación de crisis. Su trayectoria ha creado un escenario de desequilibrio en el mercado, mientras la demanda comienza a decrecer en el 2008, la oferta no lo hace hasta el año 2012, produciendo una bajada vertiginosa de las tasas de ocupación. En la Región de Murcia el sector está más afectado que en el resto de las Comunidades Autónomas, y su tasa de ocupación se sitúa muy por debajo de la media nacional.

En el año 2014 El Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España reconoce en el Plan Integral de Turismo Rural 2014 que el turismo rural no termina de despegar ni de cumplir sus objetivos. El mencionado plan destaca la ausencia de una planificación estratégica, la falta de visión integral del destino turístico rural, una estructura empresarial caracterizada por la fragmentación, y una falta de formación y profesionalización del sector. El sector ha crecido por el impulso que desde las administraciones públicas se le ha dado a la oferta a través de subvenciones que fueron destinadas a la creación de infraestructuras aisladas, de alojamientos rurales, y a su comercialización creando una red de pequeños propietarios con una dedicación parcial y una gestión poco profesionalizada. Este desarrollo no ha respondido a criterios racionales de planificación. La inexistencia de un producto turístico de calidad ha incapacitado a los destinos a mantener cifras altas de demanda y ha creado un desequilibrio microeconómico de exceso de oferta. Parece cierto que el turismo no va a ser el único salvador del mundo rural, pero tampoco se puede menospreciar su contribución.

La puesta en marcha de programas de desarrollo turístico exige recursos financieros y humanos, que son limitados y deben rentabilizarse. Para conocer si los esfuerzos invertidos en dichos programas han dado el resultado esperado, se necesitan indicadores de medida útiles que permitan evaluar su eficacia y el logro de sus objetivos. Existen numerosas propuestas de indicadores, algunas provienen de los impulsores de los PDRS, que son generalmente las administraciones públicas en todos sus niveles, y otras de la investigación científica.

En el caso de los destinos de turismo rural, los indicadores y sistemas de medida desarrollados por las administraciones públicas suelen estar orientados a medir la ejecución de los objetivos planteados. Son indicadores que miden aspectos cuantitativos relacionados con la materialización de las inversiones, pero no miden el efecto profundo de esos desarrollos que está más relacionado con el bienestar de los residentes y con la conservación de las tradiciones y costumbres de núcleos que están amenazados de extinción. Las administraciones públicas necesitan datos a corto plazo para poder justificar sus programas, pero el desarrollo turístico tiene efectos a largo plazo que no sólo se pueden medir con números y en función del grado de ejecución de unos objetivos previstos. La evaluación del destino turístico debe seguir un proceso de realimentación que permita cuestionarse y priorizar los objetivos de los programas para que el desarrollo sea realmente sostenible y se adapte a los cambios del entorno.

La investigación científica ha aportado hasta la fecha numerosos estudios que profundizan en medir el desarrollo turístico sostenible. Estos estudios van más allá de medir los resultados de la ejecución de las inversiones, y tratan de evaluar hasta qué punto los objetivos de los programas están bien planteados y realmente son útiles para las sociedades locales y son sostenibles económica, social y medioambientalmente. Actualmente no existe un consenso, algunos estudios realizan análisis cuantitativos y tratan de medir con cifras el resultado, pero otros insisten en la importancia de las valoraciones cualitativas. Los destinos turísticos son muy dispares en tamaño y características y no existe una metodología uniforme aplicable a todos, y quizás no pueda existir.

Hay muchas dificultades para cuantificar el efecto de un desarrollo turístico, y estas dificultades son mayores cuantos más pequeño es el destino. Las bases de datos disponibles para nutrir los sistemas de indicadores turísticos no suelen ofrecer una información adecuada, no están diseñadas para obtener datos útiles que midan el desarrollo turístico sostenible, sino que están orientadas a dar respuesta a otras disciplinas económicas o sociales, pero no recogen las necesidades de un sector que abarca tantas realidades sociales y cuyos límites no se pueden establecer con exactitud. Este problema se acrecienta en los destinos rurales formados por pequeños núcleos de población, en los que la información además de ser inadecuada, la mayoría de las veces es inexacta e impuntual. Tampoco existe un registro unificado que recoja todos los datos disponibles al que se pueda acudir para realizar un trabajo completo de forma operativa. Las cuestiones que se plantean en este trabajo son:

- Cuáles son los indicadores útiles para medir el desarrollo sostenible de un destino turístico rural.
- Como se recogen esos datos útiles.
- Cuál es la metodología más efectiva para tratar esos datos.
- Como se interpretan los indicadores.
- Como conseguir que la interpretación de los indicadores sea útil para asegurar un desarrollo sostenible a largo plazo en un entorno social, económico y tecnológico cambiante.

La respuesta a esas cuestiones está condicionada por el concepto de territorialidad que conlleva que cada destino tiene unas características específicas, y que para que una medida de desarrollo tenga éxito, es necesario que exista un contexto local adecuado, que todos los agentes estén dispuestos a colaborar en el desarrollo, que haya cooperación, entendimiento y conciencia de los beneficios de un modelo turístico y que entiendan que la colaboración es fundamental. Los agentes locales deben reflexionar y responsabilizarse del futuro de su territorio si se quieren obtener resultados sostenibles a largo plazo. De nada sirven los esfuerzos en infraestructuras y comercialización si no existe el entorno adecuado que propicie la creación de un producto turístico competitivo. Esta disposición de la comunidad local se debe evaluar antes y después de la aplicación de programas

de desarrollo. La evaluación ex antes es fundamental para poder corregir situaciones que puede arruinar el éxito de cualquier inversión.

El *Valle de Ricote* es una región turística de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia integrada por los municipios de Ulea, Villanueva, Ojós, Ricote, Blanca y Abarán. Entre todos apenas suman 25.000 habitantes. El Valle forma un destino turístico con recursos geográficos y culturales con capacidad de atracción turística cuyo éxito solo es posible si se contempla como un destino único y se aprovechan las sinergias de todas sus localidades.

Los programas de desarrollo turístico llevados a cabo en el *Valle de Ricote*, han tenido como objetivo dotar a la región de una metodología que les permitiera tener un desarrollo turístico autónomo, independiente de la financiación de las administraciones públicas a través de la creación de un producto turístico competitivo que aunara la aportación de cada uno de sus municipios, pero los recursos se destinaron mayoritariamente a la creación de infraestructuras y a la puesta en valor de recursos aislados sin llegar a crear un verdadero producto turístico. Cuando la aportación de las administraciones públicas desapareció, alegando que los destinos habían aprendido y recibido lo suficiente para ser autónomos y gestionar su propio desarrollo, el *Valle de Ricote* no fue capaz de aprovechar la experiencia adquirida. Hasta ese momento los agentes turísticos estaban unidos por el interés de una financiación externa, pero cuando tocó aportar y gestionar desde dentro, los municipios no fueron capaces de consolidar un producto común. Los intereses particulares de los agentes de las comunidades locales (políticos, empresarios, y residentes) primaron sobre el bien universal y se distanciaron del proyecto común. Las acciones de promoción conjunta se abandonaron, la cooperación disminuyó, y las infraestructuras y recursos recuperados se descuidaron en muchos casos.

El modelo de gestión de “abajo a arriba”, propiciado por la iniciativa de desarrollo rural LEADER y seguido por proyectos posteriores, por el que se da protagonismo a los residentes en la elaboración y ejecución de los PDRS tiene sus beneficios porque permite que los problemas se definan desde los mismos que lo padecen. Sin embargo, tiene el defecto de que necesitan un líder fuera del destino que articule y ejecute mecanismos de cooperación. La población local debe ser

protagonista, pero le faltan mecanismos de participación y consenso, que informen, motiven e impliquen a todos los agentes.

Los efectos de la actividad turística pueden ser positivos o negativos, por lo que se requieren mecanismos que potencien los primeros y atenúen los segundos en aras de establecer procesos de gestión eficaces que se retroalimenten de forma continua y permitan mejorar sucesivamente el establecimiento y consecución de unos objetivos óptimos. Estos mecanismos pasan por el diseño de un sistema de indicadores para la medición de impactos, pero los indicadores económicos tradicionales no son válidos para evaluar el desarrollo turístico sostenible, sino que se requiere un enfoque integrado que mida los tres pilares sobre los que se basa: medioambiental, social y económico. La sostenibilidad social debe asegurar la conservación cultural y el bienestar de las sociedades residentes, mientras que la sostenibilidad económica debe asegurar la autonomía y la rentabilidad a largo plazo.

En esta tesis se han identificado indicadores útiles para la evaluación del desarrollo rural sostenible de un área rural, y se ha centrado en lo que se ha llamado *indicadores de respuesta*. Se parte de la idea de que para que una inversión tenga éxito es necesario que exista un contexto social adecuado, que la respuesta y la actitud de los agentes locales implicados, que son toda la sociedad local, ante el desarrollo turístico formen el tejido adecuado para el éxito del proyecto.

En los objetivos de esta tesis se partía de tres consideraciones

1. Para que un municipio rural se desarrolle como destino turístico es necesaria la implicación de la población residente.
2. El papel de los gestores turísticos es fundamental para su desarrollo.
3. El concepto de destino turístico va más allá de la unidad municipal.

Para valorar estas consideraciones se han definido 23 indicadores que se han deducido de las aportaciones realizadas por la propia comunidad local, que de esta manera participa no solo en la planificación, sino en la determinación de que aspectos deben considerarse previamente a una planificación para asegurar su éxito. Los indicadores definidos se han jerarquizado en función de su

prioridad, y se han establecido siete niveles de prioridad de tal manera que no se puede avanzar si no se cumplen de manera sucesiva.

Nivel de prioridad uno:

Grado de conciencia cívica.

Nivel de prioridad dos:

Valoración de los recursos turísticos del destino: naturales y culturales.

Nivel de prioridad tres:

Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico

Actitud emprendedora del empresario turístico

Nivel de formación del residente en materia turística.

Existencia de una política turística global para el destino turístico.

Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos del destino.

Conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico.

Nivel de prioridad cuatro:

Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas.

Grado de asociacionismo empresarial.

Nivel de acuerdos entre municipios.

Nivel de Inversión en proyectos comunes.

Nivel de formación y motivación de los responsables públicos

Nivel de prioridad cinco:

Grado de cooperación ente entes públicos y privados en materia turística.

Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos.

Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal.

Consenso sobre los límites del destino turístico

Nivel de prioridad seis:

Existencia de producto turístico.

Posicionamiento de la imagen turística.

Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos

Grado de cooperación entre sector público regional y local.

Nivel de prioridad siete:

Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos.

Valoración cualitativa de los servicios turísticos

Sin la consecución de los primeros indicadores, difícilmente podrán tener efecto otro tipo de medidas.

Para comprobar su cumplimiento en el destino *Valle de Ricote* se ha realizado una matriz bidimensional de prioridad / consecución que muestra que se han cumplido algunos de los indicadores prioritarios pero faltan otros que permitan avanzar. En base al estudio realizado podemos decir que:

1. La comunidad local del *Valle de Ricote* tiene, en general, conciencia del potencial turístico de sus recursos y de que su potencialidad sería mayor si se unieran con el resto de municipios del Valle pero no tiene mucha formación en materia turística, que les haga comprender el efecto del desarrollo turístico sobre el bienestar de la comunidad, y motive a la población residente a participar activamente en su desarrollo y conservación, y que demande la implicación del sector público. En términos generales es un ciudadano con conciencia cívica, pero existen episodios aislados de vandalismo que destruyen los recursos turísticos y

que no son sancionados. El sector empresarial tiene carácter emprendedor, pero se ve frustrado por la falta de respuesta de la administración pública y de otros agentes turísticos, y adolece de falta de formación en materia de gestión empresarial y marketing. El sector público se comporta de forma muy desigual en cada municipio, mientras en unos se cuentan con representantes formados y con motivación turística, en otros se adolece de estas características. De cualquier forma, la motivación y el conocimiento turística del sector público no va orientada al desarrollo turístico del destino, sino a de los propios municipios.

2. La región tiene potencial en sus recursos, en sus residentes, y en sus empresarios, pero no está suficientemente explotado por la falta de formación en materia de turismo. Los residentes reconocen esta situación, pero no son capaces de tomar una postura activa porque desconocen los mecanismos de funcionamiento del sector turístico. A pesar de todo el potencial turístico de la zona, no se dan las circunstancias para que este se pueda aprovechar, no hay asociacionismo empresarial, no hay cooperación entre los diversos agentes públicos y privados, ni una política global del destino turístico, esto conlleva que no se aprovechan las sinergias que se derivarían de una colaboración entre todos los agentes turísticos de todos los municipios en aras del desarrollo de un destino turístico único.

3. Algunos servicios turísticos como el alojamiento y restauración requieren de una actualización en cuanto a su calidad y precio, pero en términos generales se puede considerar que tienen una categoría aceptable. La imagen turística es muy importante, pero no debe diseñarse ni posicionarse hasta que el producto turístico esté perfectamente definido, por otro lado, la marca *Valle de Ricote* existe y es conocida, por lo que dentro de un plan de desarrollo turístico, el posicionamiento cuenta con ciertas ventajas.

4. Otros indicadores que también están pendientes de conseguir aunque se encuentran en un nivel de prioridad inferior son una oferta de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos, más fluidez y sintonía entre las acciones intermunicipales de los agentes turísticos, un mayor grado de cooperación entre sector público regional y local, la existencia de producto turístico y un mayor grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos.

En resumen se puede decir que el destino adolece de una visión integral de destino turístico y de los mecanismos que aseguren que se responsabilice de su futuro desarrollo turístico. Esta situación se puede paliar con formación y con un liderazgo externo que incite a las comunidades locales a participar en la definición del modelo turístico, y para ello deben entender su beneficio. La gestión estratégica de un destino turístico exige compartir ideas entre los ciudadanos y los gestores públicos. La industria turística necesita ser sensible a las necesidades de la comunidad local, y debe, en el sentido amplio, ser aceptada por esta, la involucración de la comunidad en establecer las condiciones deseables, es, quizás, el elemento individual más importante para el desarrollo de la gestión.

7.2 LÍNEAS ABIERTAS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación trata de arrojar un poco de luz a las medidas del desarrollo turístico sostenible en áreas rurales formadas por un número de pequeñas localidades, y se ha limitado a establecer una serie de indicadores que permitan establecer el contexto adecuado que asegure el éxito de un programa de desarrollo local. Son muchas las posibles investigaciones que se podrían derivar de esta:

1. Sería interesante avanzar en el diseño de las bases de datos útiles para el desarrollo turístico, definir las unidades de medida que realmente son válidas e idear un sistema de recogida y registro. Los avances tecnológicos ofrecen actualmente muchas posibilidades. Hace falta depurar y simplificar más las aportaciones de los investigadores y llegar a un punto común redefiniendo y simplificando los indicadores de las *tablas 4.1. y 4.2.*

2. Si la formación en materia turística es una pieza angular para crear el contexto adecuado para que un plan de desarrollo turístico tenga éxito en una región rural, se debería avanzar en el diseño los contenidos de esa formación, y en la elaboración de mecanismos de enseñanza más allá de los tradicionales cursos de formación. Las novedosas teorías de innovación docente que se están desarrollando en muchas universidades podrían aplicarse a la formación de las comunidades locales.

3. Deberían definirse los modelos de liderazgo externo necesarios para hacer efectivos los mecanismos de cooperación y coordinación entre los distintos agentes implicados en el desarrollo sostenible de un destino turístico rural.

4. Los indicadores han sido deducidos y aplicados en un momento posterior a una serie de planes de desarrollo rural y se han utilizado para justificar el fracaso de un modelo de desarrollo. Pero el resultado de los mismos debería de considerarse antes de emprender el próximo plan de desarrollo rural y revisarlos cada cierto tiempo con el objetivo de actualizarlos y depurarlos. La realidad social y tecnológica es muy cambiante, y toda aportación a las ciencias sociales debe estar viva y sometida a revisiones para adaptarse a las nuevas realidades que van apareciendo.

5. A efectos de crear una herramienta útil de gestión, la matriz bidimensional se podría transformar en tridimensional añadiendo una tercera dimensión que sería la facilidad de implantación de medidas, y que estaría formada por el coste de implantación de la medida, el apoyo local, y la rapidez de la implantación.

6. Este es un modelo experimental que puede reforzarse si se aplica a otros destinos con características similares. Los resultados de su aplicación en distintos destinos aportarían una herramienta muy útil para realizar comparaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Albacete Sáez, C. (2004). *Calidad de servicio en alojamientos rurales*. Granada: Universidad de Granada.

Alvarado Corrales, E. (2006). El turismo en el desarrollo rural. *Norba. Revista de geografía*, 129-163.

Andres Sarasa, J. L. (2000). Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural. *Cuadernos de turismo*(6).

Andrés Sarasa, J. L. (2014). La utopía del turismo rural como actividad excluyente: sus consecuencias. *Cuadernos de turismo*, 15-32.

Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2004). The positive and negative impacts of tourism. En W. Theobald, *Global Tourism* (págs. 79-102). Burlington: Elsevier.

Asociación Slow Food.. *Asociacion Slow Food*. Recuperado el 20 de Marzo de 2014, de Asociacion Slow Food: http://www.slowfood.com/about_us/esp/welcome_esp.lasso

Atauri, J., De Lucio, J., & Castell, C. (2002). *El papel de los indicadores en la gestión de los espacios naturales protegidos*.

Blancas Peral, F. J., González Lozano, M., Guerrero Casas, S. M., & Lozano Oyola, M. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista electrónica de comunicación y trabajo de ASEPUMA*, 11, 85-118.

Bote Gómez, V. (2001). *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía social*. Promoción cultural.

Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Revista de turismo y patrimonio cultural*(2), 291-303.

Callejo Gallego, J., Gutierréz Brito, j., & Viedma Rojas, A. (2003). *Análisis empírico de la demanda turística*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

Calvo García-Tornel, F. (2012). Sureste español, vigencia de los rasgos definitorios de uan región geográfica. *Nimbus. Revista de climatología, metereología y paisaje*, 93-107.

Cánoves i Valiente, G., Villarino Pérez, M., Blanco Romero, A., de Uña Álvarez, E., & Espejo Marín, C. (2014). *Turismo de interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia*. Valencia: Universtitat de Valencia.

Cánoves, G. (2006). *El turismo rural en Cataluña: una apuesta medioambiental y de calidad*. Barcelona: Fundación Abertis.

Cánoves, G., Villarino, M., & Herresra, L. (2006). Políticas Públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la AGE*, 199-217.

Cardín Pedrosa, m., & Alvarez López, c. (16-17 de Octubre de 2007). Turismo rural: ¿una herramienta para el desarrollo sostenible? *I seminario de cooperación y desarrollo de espacios rurales iberoamericanos, sosteninilidad e indicadores*. Almería.

Castaneda Martínez, L. (2000). *Pensar, tarea esencial de lideres y gerentes*. Mexico: Panorama.

Cittaslow, A. *Asociación Cittaslow*. Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de [http:// www.cittaslow.es/ filosofia.html](http://www.cittaslow.es/filosofia.html)

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM). (1997). Ley 11/ 97 de Turismo de la Región de Murcia. Murcia.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM). (2006). Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006/ 12. Murcia.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM). (Diciembre de 2010). Programa de desarrollo rural de la Región de Murcia 2010-2013. Murcia.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM). (25 de Enero de 2014). Ley 12/ 2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia. *BORM*, págs. 4702-4720.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM). Unidad de Estudios y Estadísticas. *Estudio de demanda del Valle de Ricote 2010*. Murcia: CARM.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism. Principles and practice* (2nd ed.). New York: Addison Wesley Longman Publishing.

Corral, J. A., Puigví, S., & Ferrer, L. (2009). ¿Como ha ido la feria?, estimación del impacto económico de acontecimientos turísticos: tres estudios de caso. *Cuadernos de turismo*(24), 9-27.

Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Badajoz: Ecotur turismo y naturaleza.

Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en las áreas rurales y naturales*. Promoción cultural.

Crosby, A., & Prato Barbosa, N. (2009). *Re-inventando el turismo rural, gestión y desarrollo*. Editorial Laertes.

Davidson, R., & Maitland, R. (1997). *Tourism Destinations*. London: Hodder&Stoughton.

Díaz de Revenga, F. J. (1992). Afonso X el sabio y la enseñanza medieval en Murcia. *Murgetana*, 111-118.

Dieguez Castriillón, M. I., Gueimonde-Canto, A., & Sinde-Cantorna, A. I. (2009). Turismo como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia. *Cuadernos de Gestión*, 9(2), 31-54.

Dupuis, S. (1999). *Nake truths: towards a reflexive methodology in leisure research*. Leisur Science.

Esparcia Pérez, J. (2006). LEADER II y PRODER en el desarrollo rural en España. En L. M. Frutos Mejías, & E. Ruiz Budría, *Estrategias territoriales de desarrollo rural* (págs. 65-89). Zaragoza: Institución Fernando el Católico.

Esparcia Pérez, J., Noguera Tur, J., & Pitarch Garrido, M. D. (2000). LEADER en España: desarrollo rural, poder, legitimación, aprendizaje y nuevas estructuras. *Documentos de análisis geográfico*(37), 95-113.

Espejo Marín, C. (1997). La oferta de turismo rural en el Noroeste de la Región de Murcia. *Geographica*, 87-97.

Fernández Torres, J. (2000). *La Política Agraria Común. Régimen jurídico de la agricultura europea y española*. Navarra: Aranzadi.

Fleitman, J. (2008). *Evaluación Integral para implantar modelos de calidad*. Ciudad de México: Pax México.

Fuentes García, R. (2005). El turismo rural. En S. Antón Clavé, *La actividad turística española en 2004* (págs. 499-512). Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.

Fundación Integra. (2008). Ricote. Ultimo reducto morisco en la Península. Murcia, CARM, España.

García Avilés, J. M. (2012). *Disputas territoriales en el Valle de Ricote*. Murcia: Diego Marín Libreros.

García Díaz, I., & Otero Mondéjar, S. (2010). *Documento de los moriscos de Ricote y Ojós (1613)*. Murcia: Universidad de Murcia.

García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de turismo*(15), 113-133.

García Marín, R. (2011). Turismo y desarrollo rural en la Comarca del Noroeste de la Región de Murcia. Los programas europeos LEADER. *Cuadernos de turismo*(27), 419-435.

Getz, D., & Timur, S. (2005). Stakeholder involvement in sustainable tourism: balancing the voices. En W. Theobald, *Global Tourism* (págs. 231-247). Burlington: Elsevier.

Ghauri, P., & Gronhaug, K. (2010). *Research methods in business studies* (4 ed.). Essex: Pearson Education Limited.

Gil Flores, J. (1992-1993). Metodología de Investigación Mediante Grupos de Discusión. *Enseñanza and theaching: Revista interuniversitaria de didáctica*, 199-214.

Gill, J., & Johnson, P. (2010). *Research methods for managers* (4th ed.). London: Sage.

Girón Larrueca, J. A. (2002). *La Unión Europea, la comunidad europea y el derecho comunitario*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Goulding, R., Horan, E., & Tozzi, L. (2014). The importance of sustainable tourism in reversing the trend in the economic downturn and population decline of rural communities. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 549-563.

Gunn, C. A. (2002). *Tourism planning*. London: Routledge.

Gutiérrez Brito (Coor), J. (2007). *La investigación social de turismo*. Madrid: Paraninfo.

Hall, C. (2008). *Tourism Planning* (2nd ed.). Essex: Pearson Education Limited.

Hall, C., & Jenkins, J. (1998). The policy dimensions of rural tourism recreation. En R. Butler, C. Hall, & J. Jenkins, *Tourism and Recreation in Tourism Areas*. Chichester: John Wiley & Sons.

Holden, A. (2006). *Tourism Studies*. Oxon: Routledge.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013). *Cuenta Satélite de Turismo de España*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.ine.es/prensa/np829.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2013). *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado el 21 de Enero de 2013, de Censo de población: http://www.ine.es/censos2011_datos/cen11_datos_enlaces.htm

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2014). *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos y extrahoteleros*. Obtenido de Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos y extrahoteleros: <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0814.pdf>

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Itrem). (2014). *Estadísticas de turismo*. Obtenido de http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas_de_turismo/

Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (2014). *La demanda turística en la Región de Murcia. Turismo rural. Verano 2013*. Murcia: Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Instituto de Turismo de España. (2014). *Plan Integral de Turismo 2014*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Instituto de Turismo de España (ITE). *Estadísticas de los movimientos turísticos de los españoles*. Obtenido de <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/metodologia/referencia%20metodologica/Ficha%20t%C3%A9cnica.pdf>

Instituto de Turismo de España (ITE). *Estadísticas. Cuenta satélite de turismo*. Obtenido de Estadísticas. Cuenta satélite de turismo: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/cuentasatelite/Paginas/default.aspx>

Instituto de Turismo de España (ITE). *Movimientos turísticos en fronteras*. Obtenido de <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/metodologia/Referencia%20Metodologica/Nota%20Metodologica%20Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras.pdf>

IRYDA / INFO. (26 de Mayo de 1992). Convenio relativo a la aplicación de una subvención globalcon arreglo a la Decisión de la Comisión de la CEE nº C (91) 2789.

Ivars Baidal, Josep Antoni. (2000). Turismo y espacios rurales: concepto, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*(23), 59-88.

Jhonson, D. E. (2000). *Métodos multivariados aplicados al análisis de datos*. Mexico D.F.: International Thomson Editores.

Jiménez Martínez, L., & Ortíz Martínez, A. (2003). *El Valle de Ricote: excursiones a pie, bicicleta y piragüa*. Murcia: Natursport.

Kinnear, T. C., & Taylor, J. R. (1998). *Investigación de mercado, un enfoque aplicado*. Santafé de Bogotá: McGrawHill.

Ko, T. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. *Tourism Management*, 431-445.

KPGM. (2013). *Identificación de oportunidades generadoras de empleo del Valle de Ricote*. Murcia.

La Opinión. (30 de Septiembre de 2014). El Valle de Ricote, estrella del turismo 'verde'. *El Valle de Ricote, estrella del turismo 'verde'*. Murcia, Murcia, España: Prensa Ibérica. Obtenido de <http://www.laopiniondemurcia.es/municipios/2014/09/30/valle-ricote-estrella-turismo-verde/592768.html>

La Verdad. (7 de Octubre de 2014). *El Valle de Ricote recuerda la expulsión de los moriscos*. Murcia, Murcia, España.

Lanfant, M.-F., & Graburn, N. (1992). International tourism reconsidered: the principle of the alternative. En V. Smith, & W. Eadington, *Tourism alternatives* (págs. 88-112). Chichester: Jhon Wiley & Sons.

Larrinaga, C. (2006). Una moda para privilegiados. Baños de ola. *La aventura de la historia*(129), 64-69.

Larrubia Vargas, R., & Navarro Rodriguez, S. (2011). El desarrollo rural a través de las aportaciones científicas-académicas en revistas españolas. *Anales de geografía*, 31(1), 61-81.

López Moreno, J. J. (2008). *El valle del Ricote a través de sus fortalezas*. Murcia: Natursport.

López Palomeque, F. (2008). Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural. En J. I. Pulido Fernández, *El turismo rural* (págs. 21-49). Madrid: Síntesis.

Luis Blanco, A. (2011). Aproximación al turismo slow. *Investigaciones turísticas*, 122-133.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (1998). El programa PRODER. Una apuesta de futuro. *Actualidad LEADRE*(3), 16-19.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (2006). *Manual sobre el marco común de seguimiento y evaluación*.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (13 de Diciembre de 2007). Ley 45/ 2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, España, España: Gobierno de España.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (2010). *Informe de análisis del seguimiento estratégico nacional*. Madrid: MAGRAMA.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (11 de Junio de 2010). Programa de desarrollo rural sostenible. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid: BOE.

Ministerio de agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). (2012). *Informe de síntesis del seguimiento estratégico nacional*. Madrid: MAGRAMA.

Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA). (2002). *Ministerio de Agricultura pesca y Alimentacion*. Recuperado el 28 de Enero de 2013, de http://www.magrama.gob.es/es/agua/temas/gestion-sostenible-de-regadios/apartado3-2_tcm7-9756.pdf

Márquez Fernández, D., Foronda Robles, C., Galindo Pérez de Azpilaga, L., & García López, A. (2005). Eficacia y eficiencia de LEADER II en Andalucía: aproximación a un índice-resultado en materia de turismo rural. *Geographicalia*(47), 137-152.

Martín Gil, F., & Martín Hernanz, I. (2014). Los espacios rurales españoles: ¿territorios donde se produce y consume turismo o destinos sostenibles en entornos competitivos? el caso del noroeste segoviano. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*, 201-226.

Martinez Roget, F., Miguel Domínguez, J. C., & Murias Fernández, P. (2005). La actividad del turismo rural en Galicia: un análisis de eficiencia. *XIII jornada de ASEPUMA*.

Mason, P. (2003). *Turism Impacts*. Burlington: Butterworth-Heinemann.

Matarredona Coll, E., & Ivars Baidal, J. (2000). El turismo rural: una alternativa para el desarrollo integrado de los municipios rurales de al montaña alicantina. *Investigaciones geográficas*(23), 59-76.

Mathieson, A., & Wall, G. (1992). *Tourism Ecconomic, phisical aand tourism impact*. Essex.

Millán Escriche, M. (2002). La diversificación en el medio rural como factor de desarrollo. *Papeles de Geografía*(36), 223-238.

Millán Escriche, M. (2004). La geografía de la percepción. *Papeles de geografía*(40), 133-149.

Millán Escriche, M. (2007). Procedimientos para el desarrollo rural de la Región de Murcia (Horizonte:2006). *Investigaciones Geográficas*(42), 145-159.

Millán Escriche, M. (2009). Acciones para la sostenibilidad. El programa LIFE en el noroeste de la Región de Murcia. *El periplo sustentable*(16), 109-138.

Mondéjar Jiménez, J., Mondéjar Jiménez, J. A., Monsalve Serrano, F., & Vargas Vargas, M. (2007). Una propuesta de evaluación del impacto de los programas de desarrollo rural LEADER y PRODER. *Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*(6), 159-180.

Montaner Montejano, J. (2001). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis.

Morales Vallejo, P. (13 de Diciembre de 2012). *Universidad Pontificia de Comillas*. Obtenido de Universidad Pontificia de Comillas: <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>

Moreno Garrido, A. (2007). *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Síntesis.

Motloch, J. L. (2001). *Introduction to Landscape Design* (2ª ed.). Toronto: John Wiley & Sons.

Munuera, J. L., Escudero, A. I., Munuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *Estrategias de marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección*. ESIC.

Nasarre Sarmiento (Coord), J. M. (2012). *Senderos señalizados y desarrollo rural sostenible*. Madrid: FEDME.

Navarro Valverde, F. A., Cejudo García, E., & Maroto Martos, J. C. (2012). Aportaciones a la evaluación de los programas de desarrollo rural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 349-379.

Nieto Masot, A., & Gurria Gascón, J. L. (1 de Noviembre de 2010). El modelo rural y el impacto de los programas LEADER y PRODER en extremadura. (propuesta metodológica). *Scripta Nova, XIV*. Barcelona, Barcelona, España: Universidad de Barcelona.

NNoguera Tur, J., & Esparcia Pérez, J. (2000). Fundamentos teóricos para un análisis efectivo de las políticas públicas. *Cuadernos de Geografía*, 103-118.

OCDE. (1993). Care set of indicators of environmental performance reviews. *Environment Monographs*(83).

Ocho Gómez, N. (. (2004). *Historia Universal*. Espasa Calpe.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (1993). *Indicators for the sustainable management of tourism: report of the international working group on indicators of sustainable tourism to the environment committee, World Tourism Organization*. Madrid: World Tourism Organization.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2014). *World Tourism Barometer*. Madrid: UNWTO.

Organización Mundial del Turismo (OMT).. *Sustainable Development of Tourism*. Recuperado el 04 de Agosto de 2013, de Sustainable Development of Tourism: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

- Ortega López, D. (2006). *Aproximación a la historia de Ricote*. Murcia.
- Ortiz Martínez, Á., & Giménez Martínez, L. (2000). *El Valle de Ricote. Excursiones a pie, bicicleta y piragua*. Murcia : Natursport.
- Palomo Vadillo, M. T. (2008). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. ESIC.
- Peña, M., & Jiménez, P. (2003). *Turismo rural. Manual del gestor de alojamientos rurales*. Almuzara Estudios.
- Pérez Fra, M. (2004). La iniciativa comunitaria LEADER en el marco teórico de la política agraria. *Revista Galega de Economía*, 13(1-2).
- Picazo Córdoba, H., Falcó Martínez, L., & Sánchez Fernández, E. (2010). *Turismo rural y ecológico: una oportunidad para el desarrollo sostenible en la Región de Murcia*. Murcia: Consejo Económico y Social de la Región de Murcia.
- Pitarch, M. D., & Armandís, R. (2014). Impacto en el sector turístico de las políticas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (1991-2013). *Documnets d'anàlisis geogràfica*, 315-348.
- Ponce Sanchez, M. D. (2009). Agroturismo y desarrollo rural en destinos turísticos de interior. El caso de finca hacienda Los Granadicos en Moratalla (Murcia). *Cuadernos de turismo*(24), 193-206.
- Pulido Fernández, J. I., & Cárdenas García, P. J. (2011). El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aun en desarrollo. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*(56), 155-176.
- Red Española de Desarrollo Rural. (s.f.). *Red Española de Desarrollo Rural*. Recuperado el 24 de Enero de 2013, de www.redr.es: <http://www.redr.es/es/portal.do?IDM=65&NM=3>
- Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en el turismo. *Revista de economía. sociedad, turismo y medio ambiente. (RESMA)*(5), 27-61.

Sanchez Rivero, M., & Pulido Fernández, J. I. (2008). *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.

Sancho Pérez, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.

Sancho Pérez, A., & García Mesanat, G. (2006). ¿Que indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos. *Revista de Análisis Turístico*, 69-85.

Sangüesa Sánchez, M., Mateo Dueñas, R., & Ilzarbe Izquierdo, L. (2006). *Teoría y práctica de la calidad*. Madrid: Paraninfo.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students* (6th ed.). Essex: Pearson Education Limited.

Secretaría de Estado de Turismo.. *Tourspain*. Recuperado el 29 de Marzo de 2014, de <http://www.tourspain.es/es-es/cooperacion/UnionEuropea/Paginas/default.aspx>

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR). *Sociedad Estatal Para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de Sociedad Estatal Para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas: http://www.segittur.es/es/sala-de-prensa/detalle-documento/Destinos-Turísticos-Inteligentes-00001/#.VDZGb2d_ve4

Smith, S. (1995). *Tourism Analysis* (2 ed.). Essex, England: Longman.

Solosona Monzonis, J. (2014). Análisis prospectivo del turismo rural: el caso de la Comunitat Valenciana. *Cuadernos de turismo*, 313-334.

Stephen, J. P., & Connell, J. (2009). *Tourism. A modern synthesis*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.

Tolón Becerra, A., Lastra Bravo, X., & Ramirez Román, M. D. (2007). I Seminario de cooperación y desarrollo en espacios rurales iberoamericanos. Sostenibilidad e indicadores. *Sistema de indicadores de sostenibilidad. Pasado, presente y futuro*. Almería.

Tolón, A., Lastra, X., & Ramírez, M. (2008). Construcción de un subsistema de indicadores para el seguimiento de la sostenibilidad de los procesos de desarrollo en espacios rurales. Aplicación al área temática de espacios naturales protegidos. *II Seminario de cooperación y desarrollo en espacios rurales iberoamericanos. Sostenibilidad e indicadores*. Almería.

Unión Europea (UE). (18 de Mayo de 2000). Orientaciones sobre la Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Local (LEADER +). *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, págs. 5-13.

Unión Europea (UE). (1988). *El futuro del mundo rural COM (88) 501 final*. Bruselas: Unión Europea.

Unión Europea (UE). (19 de Diciembre de 1988). Reglamento (CEE), nº 4253/ 88 del consejo. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. Bruselas.

Unión Europea (UE). (19 de Marzo de 1991). Directrices para la presentación de propuestas para una iniciativa comunitaria de desarrollo rural. *Boletín Oficial de las Comunidades Europeas*((91/ C 73/ 14)), págs. 33-37.

Unión Europea (UE). (01 de Julio de 1994). Comunicación de los Estados Miembros (94/ C 180/ 12). *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. Bruselas.

Unión Europea (UE). (2000). *Indicadores de seguimiento y evaluación: orientaciones metodológicas*.

Unión Europea (UE). (18 de Mayo de 2000). Orientaciones sobre la Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Local (LEADER +). *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, págs. 5-13.

Unión Europea (UE). (2001). *Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo. COM/2001/0665 final*. Bruselas: Unión Europea.

Unión Europea (UE). (2003). *Orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo europeo. COM/2003/0716 final*. Bruselas: Unión Europea.

Unión Europea (UE). (20 de Septiembre de 2005). Reglamento (CE) nº 1698/ 2005 del Consejo. Bruselas.

Unión Europea (UE). (2007). *Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo. COM/2007/621 final*. Bruselas: Unión Europea.

Unión Europea (UE). *Empresas UE*. Recuperado el 29 de Marzo de 2014, de Empresas UE: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/background/>

Uriel, E., & Aldás, J. (2005). *Análisis multivariante aplicado*. Madrid: Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A.

Valdés, L., Aza, R., Baños, J., Torres, E., & del Valle, E. (29-31 de Octubre de 2008). Evaluación del impacto económico del turismo a nivel regional. *International conference of measuring turismo economic contribution at Sub-national levels*. Málaga.

Veal, A. (2011). *Research methods of leisure and tourism* (4th ed.). Essex: Pearson Education limited.

Velasco González, M. (2004). *La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004)*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Vellas, F., & Becherel, L. (1995). *International tourism*. houndmills: MacMillan Press LTD.

Vera Rebollo, J. F. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Alicante: Instituto Universitario de Geografía.

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

Viñals Blanco, M. J. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales*. Valencia: UPV.

Viñas, V. (2004). Evaluación cualitativa de programas de desarrollo regional en zonas rurales. *Revista de estudios regionales*(71), 13-36.

Vogeler Ruiz, C., & Hernández Armand, E. (2000). *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.

Weaver, D., & Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Westerveld, G. (2008). *Los comendadores del Valle de Ricote*. Murcia: Academia de estudios humanísticos de Blanca.

Willians, P., & Gill, A. (1994). Tourism Carrying capacity management issues. En T. W, *Global Tourism: The Next Decade* (págs. 174-87). Oxford: Butterworth-Heinemann.

ANEXOS

ANEXO 1. SELECCIÓN FOTOGRÁFICA DE LAS PRUEBAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Abarán



FOTO 1. Abarán. Rincón del museo costumbrista. Carpintería.



FOTO 2. Abarán. Rincones del museo costumbrista. Sector agrícola.



FOTO 3. Abarán. Detalle del tendido eléctrico.

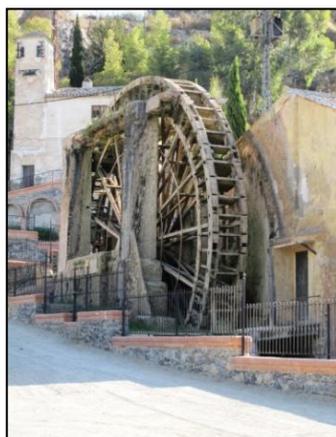


FOTO 4. Abarán. Noria Mayor (en reparación).



FOTO 5. Abarán. Noria Calderón.



FOTO 6. Abarán. Pintadas en la explanada de la Noria Mayor.



FOTO 7. Abarán. Pintadas en cartel informativo de la Ruta de las Norias.



FOTO 8. Abarán. Pintadas en cartel indicativo de la Ruta de las Norias.



FOTO 9. Abarán. Paisaje del río.



FOTO 10. Abarán. Detalles de los alrededores del río.



FOTO 11. Abarán. Turismo activo en el Paraje del Jarral.



FOTO 12. Abarán. Empresas de turismo activo de Blanca en el paraje del Jarral.

Blanca.



FOTO 13. Blanca. Señalización del Mirador del Alto Bayna y vista desde el mismo.



FOTO 14. Blanca. Vista desde el Mirador del Alto Bayna.



FOTO 15. Blanca. Basuras soterradas.



FOTO 16. Blanca. Tiendas de souvenir



FOTO 17. Blanca. Esculturas en la calle.



FOTO 18. Centro cultural “la Negra.



FOTO 19. Blanca. Museo del agua.

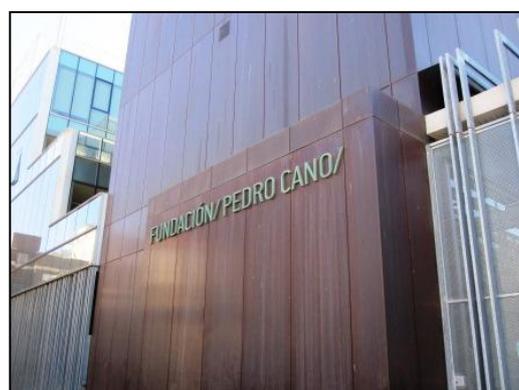


FOTO 20. Fundación Pablo Cano.

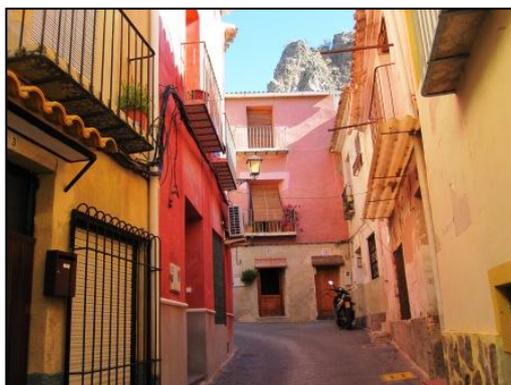


FOTO 21. Blanca. Rincón del casco antiguo.



FOTO 22. Blanca. Castillo.

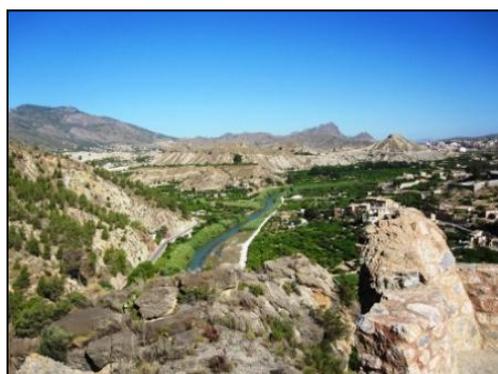


FOTO 23. Blanca. Vista desde el castillo.



FOTO 24. Blanca. Paseo del río.



FOTO 25. Blanca. Señalización de sendero.



FOTO 26. Blanca. Señalización de ruta urbana.



FOTO 27. Blanca. Cartel explicativo del castillo.



FOTO 28. Blanca. Cartel explicativo de Iglesia.



FOTO 29. Blanca. Cartel indicativo de recursos.

Ojós.**FOTO 30.** Ojós. Mirador.**FOTO 31.** Ojós. Cartel informativo de senderos.**FOTO 32.** Ojós. Cartel informativo de ruta urbana.



FOTO 33. Ojós. Calle San José.



FOTO 34. Ojós. Lavadero.

Ricote



FOTO 35. Ricote. Vista desde el mirador 1.



FOTO 36. Ricote. Vista desde el mirador 2.



FOTO 37. Ricote. Rincón urbano 1.



FOTO 38. Ricote. Rincón urbano 2.



FOTO 39. Ricote. Rincón urbano 3.



FOTO 40. Ricote. Rincón urbano 4.

Ulea.



FOTO 41. Cartel informativo a la entrada de Ulea.



FOTO 42. Villanueva del Segura vista desde la entrada de Ulea.



FOTO 43. Ulea. Entrada del pueblo.



FOTO 44. Ulea. Coches aparcados en el centro.



FOTO 45. Ulea. Casa rural.



FOTO 46. Ulea. Iglesia de San Bartolomé.



FOTO 47. Ulea. Cartel interpretativo.



FOTO 48. Ulea. Noria Villar de Felices.



FOTO 49. Ulea. Pintadas en Noria Villar de Felices.

Villanueva del Segura.



FOTO 50. Villanueva. Procesión de la Virgen de la Asunción.

ANEXO 2. TEMAS TRATADOS EN LAS ENTREVISTAS GRUPALES

1. Confianza en el turismo como motor de desarrollo turístico. Que opinan los participantes del grupo y que creen que opinan los residentes.

2. Sentimiento de pertenencia a una entidad turística mayor que es el Valle de Ricote. Que opinan los participantes del grupo y que creen que opinan los residentes. ¿Pertenece Archena al Valle como destino turístico? He oído opiniones que dicen que no se destinen recursos a Archena porque consume recursos que no necesita porque es un destino consolidado.

3. Creencia en la sinergia del valle

4. Eficacia del dinero y esfuerzo invertido a través de los programas de desarrollo rural (LEADER, PRODER y otros). En caso de no haber sido eficaces, ¿por qué?

5. Posibilidades de un mayor aprovechamiento del río para el desarrollo de la ciudad. . ¿Hay empresas de turismo activo?

6. Opinión sobre el proyecto de turismo slow promovido por la Consejería de Cultura. Utilidad, Avance, fluidez de los acuerdos, proyectos...

7. Creen los políticos en la importancia del turismo para el desarrollo del Municipio / Valle. Crean sinergias para el desarrollo del Valle como destino global (establecen medidas, muestran interés, se implican...)

ANEXO 3. TEMAS TRATADOS EN LAS ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS EN PROFUNDIDAD

Entrevista a D. Enrique Ujaldón.

Yo percibo el Valle de Ricote como un destino global en el que deben colaborar todos los municipios. Cada uno de ellos es demasiado pequeño y tiene una oferta demasiado escasa para ser competitivos por sí solos. Sin embargo, creo que el Valle en conjunto tiene mucho potencial. Veo mucha sinergia.

¿Qué opinó usted sobre potencial y de la importancia de que los municipios se unan?

Para mí hay dos recursos importantes que son el cultural por su pasado común, y el natural, basado, sobre todo en el río.

¿Cuáles serían para usted los recursos más interesantes de explotar?

¿Hacia qué producto cree que debe ir su desarrollo turístico?

La investigación hecha hasta ahora me dice que los municipios del Valle no colaboran de forma conjunta para desarrollar un destino común. Yo creo que hay rivalidad entre ellos, que ninguno deja al otro ser protagonista. No ven que es más interesante colaborar que competir.

¿Cree que ese es uno de los principales problemas?

¿Cómo se puede solucionar?

¿Por qué no se arregló esto con el consorcio y la mancomunidad?

Sé que desde la consejería se está desarrollando el proyecto “turismo slow” del Valle de Ricote

¿Qué municipios han participado?

¿Cuántas veces se han reunido?

¿Qué impresión tiene de su eficacia y desarrollo?

¿Cuál ha sido la respuesta de los representantes de cada municipio a una actuación conjunta?

Creo que otro punto importante es la actitud de los residentes, creo que si los residentes no se conciencian de la importancia del turismo y cuidan sus recursos, difícilmente desarrollará. Me he encontrado mucha dejadez en algunos municipios.

¿Qué importancia tienen, para usted, los residentes en el proceso?

¿Cómo podríamos implicarlos?

Entrevista a D. Miguel Lloret.

Yo percibo el Valle de Ricote como un destino global en el que deben colaborar todos los municipios. Cada uno de ellos es demasiado pequeño y tiene una oferta demasiado escasa para ser competitivos por si solos. Sin embargo, creo que el Valle en conjunto tiene mucho potencial. Veo mucha sinergia.

¿Qué opinó usted sobre potencial y de la importancia de que los municipios se unan?

¿Cuáles serían para usted los recursos más interesantes de explotar?

¿Hacia qué producto cree que debe ir su desarrollo turístico?

La investigación hecha hasta ahora me dice que los municipios del Valle no colaboran de forma conjunta para desarrollar un destino común. Yo creo que hay rivalidad entre ellos, que ninguno deja al otro ser protagonista. No ven que es más interesante colaborar que competir.

¿Cree que ese es uno de los principales problemas?

¿Cómo se puede solucionar?

¿Por qué no se arregló esto con el consorcio y la mancomunidad?

Sé que desde la consejería se está desarrollando el proyecto “turismo slow” del Valle de Ricote

¿Qué municipios han participado?

¿Cuántas veces se han reunido?

¿Qué impresión tiene de su eficacia y desarrollo?

¿Cuál ha sido la respuesta de los representantes de cada municipio a una actuación conjunta?

Creo que otro punto importante es la actitud de los residentes, creo que si los residentes no se conciencian de la importancia del turismo y cuidan sus recursos, difícilmente desarrollará. Me he encontrado mucha dejadez en algunos municipios.

¿Qué importancia tienen, para usted, los residentes en el proceso?

¿Cómo podríamos implicarlos?

En mi estudio no he incluido Archena porque creo que tiene un producto muy desarrollado y diferenciado del resto del Valle.

¿Crees que Archena debería ser tratada de forma distinta en un proyecto de desarrollo turístico?

¿Cómo crees que se complementaría con el resto de destinos?

¿Existen conversaciones o planes en común?

Entrevista a D^a Mari Cruz Gómez Molina.

La Mancomunidad surge del Plan de Dinamización Turística del Valle de Ricote, y se encarga de promoción y actuaciones de inversión con financiación de la Administración Central y Regional.

Qué relación / diferencia hay entre la Mancomunidad y el Consorcio

Cuando se crea y cuando desaparece

Cuál es la historia

Cuáles fueron las principales actuaciones**Por que desapareció. Hasta que punto faltó colaboración y entendimiento entre las partes. Por parte del sector privado o público**

Yo percibo el Valle de Ricote como un destino global en el que deben colaborar todos los municipios. Cada uno de ellos es demasiado pequeño y tiene una oferta demasiado escasa para ser competitivos por si solos. Sin embargo, creo que el Valle en conjunto tiene mucho potencial. Veo mucha sinergia.

¿Qué opinó usted sobre potencial y de la importancia de que los municipios se unan?

Para mí hay dos recursos importantes que son el cultural por su pasado común, y el natural, basado, sobre todo en el rio.

¿Cuáles serían para usted los recursos más interesantes de explotar?**¿Hacia qué producto cree que debe ir su desarrollo turístico?**

La investigación hecha hasta ahora me dice que los municipios del Valle no colaboran de forma conjunta para desarrollar un destino común. Yo creo que hay rivalidad entre ellos, que ninguno deja al otro ser protagonista. No ven que es más interesante colaborar que competir.

¿Cree que ese es uno de los principales problemas?**¿Cómo se puede solucionar?****¿Por qué no se arregló esto con el consorcio y la mancomunidad?****¿Cree se puede conseguir unir a los municipios?****¿Sería necesario, primero, fomentar una conciencia turística y participativa entre los municipios?**

Creo que otro punto importante es la actitud de los residentes, creo que si los residentes no se conciencian de la importancia del turismo y cuidan sus recursos, difícilmente se desarrollará. Me he encontrado mucha dejadez en algunos municipios.

¿Qué importancia tienen, para usted, los residentes en el proceso?

¿Cómo podríamos implicarlos?

En mi estudio no he incluido Archena no Cieza porque creo que tienen un producto muy desarrollado y diferenciado del resto del Valle.

¿Crees que Archena y Cieza debería ser tratada de forma distinta en un proyecto de desarrollo turístico?

¿Cómo crees que se complementaría con el resto de destinos?

¿Existen conversaciones o planes en común?

Entrevista a D. Ángel Ríos.

Esto es una tesis relacionada con el turismo y me interesan aquellos aspectos histórico/ patrimoniales que puedo considerar turístico.

Pero para empezar

¿Podría hacer un pequeño resumen histórico del Valle y su pasado morisco?

He odio distintas versiones sobre la composición del Valle, sobre la inclusión o no de Cieza o Archena en el Valle

¿Cuál es su opinión desde un punto de vista histórico y geográfico?

Desde el punto de vista turístico, me interesa mucho el pasado musulmán, y so posibilidad de explotarlo como patrimonio turístico

¿Qué peculiaridad tiene este pasado que no exista en otros sitios y lo haga singular?

¿Cuáles son los principales vestigios que quedan (materiales e inmateriales)?

¿Queda un patrimonio importante de la cultura del agua?

Son los residentes conscientes de este patrimonio, ¿están orgullosos de el?

¿Cree que se le podría dar un uso turístico?

Desde el punto de vista turístico creo que otro punto importante es la actitud de los residentes, creo que si los residentes no se conciencian de la importancia del turismo y cuidan sus recursos, difícilmente se desarrollará. Me he encontrado mucha dejadez en algunos municipios.

¿Considera el turismo como una actividad importante para el desarrollo turístico de su municipio?

¿Cree que sus vecinos lo consideran importante?

¿Cree que se pueden realizar actuaciones relacionadas con el turismo cultural basadas en el pasado musulmán? ¿Podría decirme alguna idea?

¿Qué importancia tienen, para usted, los residentes en el proceso?

¿Cómo podríamos implicarlos?

Yo percibo el Valle de Ricote como un destino global en el que deben colaborar todos los municipios. Cada uno de ellos es demasiado pequeño y tiene una oferta demasiado escasa para ser competitivos por si solos. Sin embargo, creo que el Valle en conjunto tiene mucho potencial. Veo mucha sinergia.

¿Qué opinó usted sobre potencial y de la importancia de que los municipios se unan para una actividad turística relacionada con su patrimonio cultural?

¿Cree que es posible una actuación relacionada con el agua? Pasado y presente (ingeniería hidráulica y uso actual)

Para mí hay dos recursos importantes que son el cultural por su pasado común, y el natural, basado, sobre todo en el río.

Desde su punto de vista de residente, que otros recursos, aparte del cultural, considera atractivos

La investigación hecha hasta ahora me dice que los municipios del Valle no colaboran de forma conjunta para desarrollar un destino común. Yo creo que hay rivalidad entre ellos, que ninguno deja al otro ser protagonista. No ven que es más interesante colaborar que competir.

¿Cree que ese es uno de los principales problemas?

¿Cómo se puede solucionar?

¿Por qué no se arregló esto con el consorcio y la mancomunidad?

¿Hay algo antropológico en el pasado del Valle que explique esta situación?

Ayer leí en el periódico que hay una propuesta del PP para que se haga un corredor verde a lo largo del río desde Cieza a Archena (que ya está conectada con Murcia)

¿Cree se puede conseguir unir a los municipios? O es una medida más sin mucha base

¿Sería necesario, primero, fomentar una conciencia turística y participativa entre los municipios?

Me puede recomendar alguna bibliografía para saber más del Valle

Entrevista a D. Jesús Ríos Palazón.

Desde el punto de vista turístico creo que un punto importante es la actitud de los residentes, creo que si los residentes no se conciencian de la importancia del turismo y cuidan sus recursos, difícilmente se desarrollará. Me he encontrado mucha dejadez en algunos municipios.

¿Considera el turismo como una actividad importante para el desarrollo turístico de su municipio?

¿Cree que sus vecinos lo consideran importante?

¿Cree que se pueden realizar actuaciones relacionadas con el turismo cultural basadas en el pasado musulmán? ¿Podría decirme alguna idea?

¿Qué importancia tienen, para usted, los residentes en el proceso?

¿Cómo podríamos implicarlos?

Yo percibo el Valle de Ricote como un destino global en el que deben colaborar todos los municipios. Cada uno de ellos es demasiado pequeño y tiene una oferta

demasiado escasa para ser competitivos por si solos. Sin embargo, creo que el Valle en conjunto tiene mucho potencial. Veo mucha sinergia.

¿Qué opinó usted sobre potencial y de la importancia de que los municipios se unan para una actividad turística relacionada con su patrimonio cultural?

¿Cree que es posible una actuación relacionada con el agua? Pasado y presente (ingeniería hidráulica y uso actual)

Para mí hay dos recursos importantes que son el cultural por su pasado común, y el natural, basado, sobre todo en el río.

Desde su punto de vista de residente, que otros recursos, aparte del cultural, considera atractivos

La investigación hecha hasta ahora me dice que los municipios del Valle no colaboran de forma conjunta para desarrollar un destino común. Yo creo que hay rivalidad entre ellos, que ninguno deja al otro ser protagonista. No ven que es más interesante colaborar que competir.

¿Cree que ese es uno de los principales problemas?

¿Cómo se puede solucionar?

¿Por qué no se arregló esto con el consorcio y la mancomunidad?

¿Hay algo antropológico en el pasado del Valle que explique esta situación?

He leído en el periódico que hay una propuesta del PP para que se haga un corredor verde a lo largo del río desde Cieza a Archena (que ya está conectada con Murcia)

¿Cree se puede conseguir unir a los municipios? O es una medida más sin mucha base

¿Sería necesario, primero, fomentar una conciencia turística y participativa entre los municipios?

ANEXO 4. MODELOS DE CONSULTAS A RESIDENTES Y VISITANTES

Modelo de consulta a residentes

Buenos días/ tardes,

Mi nombre es Nombre del encuestador. Estoy realizando una encuesta para un trabajo de Tesis doctoral de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) relativo a la percepción de los habitantes del Valle de Ricote sobre el desarrollo turístico de la zona

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Nombre del encuestador:						
Fecha:			Lugar de residencia:			
Continuar sólo si la residencia es alguno de los municipios del Valle						
PERFIL DEL ENCUESTADO						
Edad:		Sexo:		Profesión:		
Teléfono o email del encuestado:						
1. Tecnología		Si	No			
1.1. Tiene línea de internet en casa						
1.2. Número de dispositivos que conecta a internet						
2. Receptividad turística		Nada	Un poco	Algo	Bastante	Mucho
2.1. Cree que las inversiones realizadas en turismo (públicas y privadas) han contribuido, también, a una mejora en la vida diaria de los residentes		1	2	3	4	5
2.2. Percibe que su calidad de vida ha mejorado gracias al desarrollo de la actividad turística.		1	2	3	4	5
2.3. Cree que el desarrollo de una actividad turística en su municipio daría más oportunidades de empleo a los locales		1	2	3	4	5
2.4. Cree que el turismo es una forma de acabar con el desempleo juvenil		1	2	3	4	5
2.5. Cree que el desarrollo turístico		1	2	3	4	5

favorecerá que los jóvenes se queden en el municipio a trabajar y vivir					
2.6. Cree que los espacios utilizados para actividades turística están mejor aprovechados que si se emplearan en otras actividades	1	2	3	4	5
2.7. Valore su interés y satisfacción por la recuperación y el mantenimiento de las costumbres y tradiciones locales	1	2	3	4	5
2.8. Participa en las manifestaciones culturales locales (fiestas, actos culturales...)	1	2	3	4	5
2.9. Le agrada ver turistas en su municipio	1	2	3	4	5
2.10. Cuando ve un turista ¿Trata de ayudarlo?	1	2	3	4	5
2.11. Cree que la presencia de turistas mejora los intercambios culturales y sociales aportando valores positivos a los residentes en su municipio	1	2	3	4	5
3. Identidad territorial (SU MUNICIPIO)					
3.1. Conoce iniciativas públicas o privadas relacionadas con la conservación del patrimonio, tradiciones, cultura...en SU MUNICIPIO				Si	No
3.2. En caso de haber contestado si a la pregunta anterior, ¿puede especificar cuáles?			3.4. ¿Los ha visitado?		
			Si	No	
3.3. Enumere 5 atractivos de SU MUNICIPIO para el turista por orden de importancia (incluye naturaleza, cultura, fiestas, gastronomía...)			1.		
			2.		
			3.		
			4.		
			5.		
4. Identidad territorial (VALLE DE RICOTE)					
4.1. Conoce iniciativas públicas o privadas relacionadas con la conservación del patrimonio, tradiciones, cultura...en el VALLE DE RICOTE (excluido su municipio)				Si	No
4.2. En caso de haber contestado si a la pregunta anterior, ¿puede especificar cuáles?					
4.3. Que cree que diferencia turísticamente al Valle de Ricote de otras zonas turísticas de la Región de Murcia			4.5. ¿Los ha visitado?		
			Si	No	
4.4. Enumere 5 atractivos para el turista por			1.		

orden de importancia (incluye naturaleza, cultura, fiestas...) de otros municipios del Valle de Ricote distintos al que usted reside		2.			
		3.			
		4.			
		5.			
4.6. Con que frecuencia visita otros municipios del Valle de Ricote	Nunca	1 o 2 veces al año	1 o 2 veces al mes	1 o 2 veces a la semana	Todos los días
Indique el municipio y el motivo de las visitas en cada caso					
Abarán					
Blanca					
Ojós					
Ricote					
Ulea					
Villanueva del Segura					
Cuando se indique el lugar, indicar los motivos en la cuadrícula (la respuesta puede ser múltiple) Por que motivos: Trabajo (T) / Familia (F) / Compras (C) / / Actividades lúdicas: deporte, cultura, fiestas, comida, bares (AL) / Otros: (O)					
4.6. Indique en qué orden se siente de los siguientes espacios territoriales	Abaranero / Blanqueño / Ricoteño / Ojetense / Uleano / Villanovense <input type="checkbox"/>			Ricoteño <input type="checkbox"/>	Murciano <input type="checkbox"/>
4.8. Cree que la relación entre los habitantes de los distintos municipios debería ser más frecuente, continua y participativa				Si	No
4.9. Podría decirme que ha hecho su municipio para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos					
4.10. Podría decirme que han hecho en otros municipios del Valle de Ricote para conmemorar el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos					
4.11. Por qué cree que no existe más coordinación entre los municipios para	Los residentes de mi municipio no sienten ningún vínculo con otros municipios				
	Los políticos no lo fomentan				
	Los políticos están enfrentados				

iniciativas turísticas. Puede marcar varias, indicando el orden que considere adecuado (puede haber varias respuestas)	Existen disputas históricas entre los residentes de los distintos municipios		
	Los residentes de mi municipio creen que si van los turistas a otros municipios del Vallen, entonces no irán al suyo		
	El Valle de Ricote no tiene atractivo turístico		
4.12. Indique tres palabras que, a su parecer, definan el Valle de Ricote desde el punto de vista turístico			

Modelo de consulta visitantes

Buenos días/ tardes,

Mi nombre es Nombre del encuestador. Estoy realizando una encuesta para un trabajo de Tesis doctoral de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) relativo al perfil de los visitantes al Valle de Ricote

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Nombre del encuestador:							
Fecha:				Lugar:			
PERFIL DEL ENCUESTADO							
Edad:		Sexo:			Profesión:		
Lugar de residencia:							
Teléfono o email del encuestado:							
DATOS SOBRE EL VIAJE							
1. Cual ha sido el destino de su viaje	Abarán	Blanca	Ojós	Ricote	Ulea	Villanue	Valle

2. Cual ha sido su principal motivación para este viaje					
3. Puede nombrar los municipios que forman el Valle de Ricote					
4. Que municipios ha visitado o va a visitar durante este viaje	4.1. Es la primera vez que los visita		4.2. Ha pernoctado o va a pernoctar en el mismo		4.3. En caso de pernoctar. ¿Cuántas noches?
	Si	No	Si	No	
Abarán					
Blanca					
Ojós					
Ricote					
Ulea					
Villanueva					

5. En caso de pernoctar. ¿Qué tipo de alojamiento ha utilizado o va a utilizar?								
	Csa. rural	Hotel	Csa. propia			Csa familia o/ amigos	Otros	
Abarán								
Blanca								
Ojós								
Ricote								
Ulea								
Villanueva								
6. Sobre el Valle de Ricote. Podría decirme donde están los siguientes recursos turísticos, y si los ha visitado/consumido en este viaje u otro anterior (puede pertenecer a varios municipios)							6.1. ¿lo ha visitado	
	Aba	Blan	Ojós	Ricote	Ulea	Villan	Si	No
Ruta de las norias								
Restaurante el Sordo								
El Gurugú								
Mirador del Ato Bayna								
Descensos del rio segura								

Iglesia de la Asunción								
Iglesia de san Bartolomé								
Museo de Pedro Cano								
Bizcochos borrachos								
Salto de la Novia								
Paraje del Jarral								
Vino								
Pico Almeces								
Mirador del Sagrado Corazón								
Museo de marionetas								
Picardías								
Cultura del agua								
Paisaje árabe								
7. Sabía que este año se ha celebrado el 400 aniversario de la expulsión de los moriscos del Valle de Ricote					Si	No		
8. En caso afirmativo. Podría nombrar alguno de los actos conmemorativos organizados								
9. Enumere otros recursos que conozca								

10. ¿Por qué medio ha conocido el Valle de Ricote?					
Por conocidos y amigos	Por internet	Folletos publicitarios	Por el cartel de la autovía	Había oído hablar de el	Otros (indíquelo)
11. Gasto					
Cuánto dinero se ha gastado cada día en los siguientes conceptos durante su estancia en el Valle de Ricote					
	Alojamiento	Restauración	Comercio	Transporte	
12. Ha participado o va a participar en alguna actividad formativa o informativa					

	Aba.	Blanc.	Ojós	Ricote	Ulea	Villanu.
Visita guiada						
Explicación oficina de turismo						
Actividad de turismo activo						

13. Valoración

Como valoraría de 1 a 5 los municipios visitados durante esta visita. Si no ha podido hacerse una opinión, deje la casilla en blanco:

	Valle	Aba	Bla	Ojó	Rico	Ulea	Vill
Atractivo del comercio							
Atractivo de la oferta cultural y de ocio							
Comunicación con otros municipios							
Profesionalidad del personal de servicios turísticos							
Información proporcionada sobre la zona: mapas, actividades							
Calidad y Variedad de la oferta gastronómica							
Señalización y acceso de los municipios							
Señalización y acceso de los lugares de interés turístico							
Relación calidad precio de los servicios turísticos							
Conservación del entorno							
Limpieza							
Seguridad							
Atractivo del municipio (incluido el entorno)							
Hospitalidad del residente							
Calidad del alojamiento							
Adecuación infraestructura turística							

14. Indique tres palabras que, a su parecer, definan la totalidad del Valle de Ricote

ANEXO 5. METODOLOGÍAS DE EVALUACION DE INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO

1. Métodos que evalúan efectos globales sobre macromagnitudes económicas. Estos métodos no evalúan las dimensiones sociales, económicas o medioambientales del desarrollo turístico, sino el impacto, en términos absolutos sobre la producción, el empleo...sin asociar ese impacto al concepto de desarrollo sostenible. No establecen un sistema de indicadores, sino que suelen usar un indicador único que es el gasto obtenido de los registros de contabilidad regional y miden el impacto a través de los multiplicadores de las tablas input-output. Dentro de esta modalidad encontramos los trabajos de:

-“Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia” (Brida, Monterubbianesi, & Zapata Aguirre, 2011). Mide el impacto del turismo en la economía utilizando la técnica de cointegración desarrollada por Johansen y la estimación de modelos con mecanismos de corrección del error y el test de Test de raíces unitarias de Dickey-Fuller Aumentad. Utiliza fuentes oficiales de alojamiento y no tiene en cuenta los efectos indirectos e inducidos.

-“¿Cómo ha ido la feria? Estimación del impacto económico de acontecimientos turísticos: tres estudios de caso” (Corral, Puigví, & Ferrer, 2009). Estudia el impacto directo e indirecto sobre la producción a través del gasto y los multiplicadores de las tablas input output y la distribución del impacto entre distintos sectores.

- “Evaluación del impacto económico del turismo a nivel regional. El caso de Asturias” (Valdés, Aza, Baños, Torres, & del Valle, 2008). Estudia el impacto económico directo, indirecto e inducido del desarrollo turístico sobre el empleo en seis ramas de actividad.

Esta no es el enfoque de este trabajo, no se pretende medir un impacto global sin antes haber definido las dimensiones que se quieren valorar, dimensiones que se desarrollarán en base al concepto de desarrollo sostenible social, económico y medioambiental. El crecimiento del empleo o de la producción no es positivo por sí sólo, si no se tienen en cuenta otros aspectos. Por otro lado, esta metodología no puede aplicarse a la dimensión territorial ni

sectorial del objeto de estudio, ya que la contabilidad nacional y las tablas input-output no están desglosadas a ese nivel.

2. Métodos que establecen las dimensiones a medir “a posteriori”. Primero establecen los indicadores en función de la información disponible a través de fuentes secundarias. También utilizan fuentes primarias, pero el criterio de seleccionar la información a buscar no es la medida de unas dimensiones previamente establecidas, sino aquella información que consideran más fácil de medir. En ambos casos, la definición de las dimensiones queda condicionada a las características de la información disponible. Dentro de este apartado distinguimos dos categorías de trabajos, unos utilizan fuentes secundarias y otros primarias.

Cardín Pedrosa, M. y Álvarez López, C.J. (2007) en su ponencia en el I Seminario de Cooperación y Desarrollo en Espacios Rurales Iberoamericanos. Sostenibilidad e Indicadores, titulada “Turismo rural: ¿una herramienta para el desarrollo sostenible? Seleccionan los indicadores que pueden ser más fácil de medir y obtienen la información a través de entrevistas y reuniones de grupo. Entrevistas a personas con conocimiento del tema, tanto instituciones públicas como privadas. A partir de los resultados se elabora un listado con las personas relacionadas con el Turismo Rural: asociaciones, instituciones públicas, empresarios, investigadores universitarios, asesores... Se les envía cuestionario a las personas seleccionadas sobre los temas considerados de interés para la evaluación. Con las respuestas se elaboran los puntos de discusión para una reunión posterior en la que se ponen en común los resultados y selección de aquellos indicadores que se pueden medir fácilmente. Como resultado se establecen seis dimensiones y 30 indicadores que miden esas dimensiones

-Mondejar Jiménez y otros (2007) en su publicación “Una propuesta de evaluación del impacto de los programas de desarrollo rural LEADER y PRODER. Acude directamente a los indicadores de los que se dispone de datos en fuentes estadísticas oficiales y lo combina con datos cuantitativos adicionales obtenido con un cuestionario Linkert. Evalúa varios tipos de indicadores: de realización, de resultado, de impacto y puntos destacables. Comienza recogiendo información cuantitativa disponible distinguiendo entre:

-Indicadores de realización: tratan de medir la ejecución física y financiera del programa.

-Indicadores de resultado: busca medir el efecto directo sobre aspectos económicos, sociales y medioambientales. En ocasiones se mezclan dimensiones con indicadores, p.e. habla de mejora de la calidad, esto no es un indicador sino una dimensión a medir.

Se elaboran cuestionarios para recoger datos de los que no se disponen:

- Indicadores de impacto: mide el nivel de consecución de los objetivos de los programas de desarrollo.

- Puntos destacables de los programas: aspectos fundamentales para los objetivos generales de los programas a nivel general del tipo valoración del enfoque ascendente, valoración de la dimensión territorial...

Se elabora un cuestionario tipo Likert en el que se establecen 30 ítem para medir 7 dimensiones. ¿En base a qué criterio se seleccionan las dimensiones? El cuestionario mide percepciones pero no pregunta datos concretos, no pide indicadores, sino una evaluación directa de las dimensiones.

3. Métodos que evalúan efectos sobre dimensiones previamente establecidas

Los métodos incluidos en este apartado están más relacionados con los objetivos de este trabajo. Podemos clasificarlos en dos enfoques; no agregativo y agregativo. El enfoque no agregativo estudia cada indicador de forma independiente, y evalúa aspectos parciales objeto de estudio. Por su parte, el enfoque agregativo proporciona una medida que englobe a todas, y permita una evaluación global. Estas medidas globales se denominan “indicadores sintéticos” y se calculan utilizando diversas teorías de análisis multivariante de cálculo estadístico. El indicador sintético tiene la ventaja de simplificar el problema de interpretar una elevada cantidad de variables, y proporciona valores globales que facilitan la comparación de los destinos turísticos.

c) Modelos no agregativos

- Millán Escriche, M. (2004) en su artículo “La geografía de la percepción. Una metodología de análisis para el desarrollo rural” tiene como objetivo evaluar los intereses de las poblaciones implicadas para conocer como quieren encauzar su desarrollo. Parte de la idea de que a la hora de tomar una medida de desarrollo no se suele considerar la opinión de los habitantes. Son decisiones políticas. La

calidad de vida no se percibe igual en todas las sociedades. Utiliza un método inductivo-deductivo que contempla las siguientes etapas:

1. Elegir el fenómeno que queremos analizar
2. Observación para recopilar información
3. Conocer que es la calidad de vida para cada grupo
4. Aplicar técnicas para conocer el concepto de desarrollo que tiene la población local. Entrevistas abiertas.

b. Modelo agregativo

Nieto Masón, A y Gurría Gascón, J.L. (2010) en su publicación “El mundo rural y el impacto de los programas LEADER y PRODER en Extremadura. Propuesta metodológica” elaboran dos bases de datos, una de variables demográficas y socioeconómicas existentes y otra de inversiones de los grupos de desarrollo local. La primera base de datos se reduce a 30 variables, y la segunda a 28. En una primera fase, y con el objeto de reducir la dimensión de los datos para simplificar el problema de estudio, se realiza un análisis de componentes principales (ACP). “En muchas ocasiones, el investigador se enfrenta a situaciones en las que, para analizar un fenómeno, dispone de información de muchas variables que están correlacionadas entre sí en menor o mayor grado. Estas correlaciones son como un velo que impide evaluar adecuadamente el papel que juega cada variable en el fenómeno estudiado. El análisis de componentes principales permite pasar a un nuevo conjunto de variables (componentes principales) que gozan de la ventaja de estar incorrelacionadas¹⁰⁹ entre si y que, además pueden ordenarse de acuerdo con la información que llevan incorporada” (Uriel & Aldás, Análisis Multivariante Aplicado, 2005, pág. 366). El componente socioeconómico mide el paso de una economía agraria de subsistencia a una economía competitiva de servicios y el componente demográfico que mide la estabilización progresiva de la población en los ámbitos rurales. En base a esos dos componentes construye una matriz con cuatro espacios:

¹⁰⁹ Las variables principales están correlacionadas entre sí, y esta correlación impide evaluar adecuadamente el papel que juega cada variable en el fenómeno estudiado

1º espacio: las variables contribuyen a los dos componentes de forma positiva

2º espacio: todas las variables son negativas

3º espacio: las variables del componente 1 son positivas y las de las 2 negativas

4º espacio: las variables del componente 2 son positivas y las de las 2 negativas

Posteriormente clasifica cada una de las zonas rurales objeto de estudio en estos espacios en función de que sus variables se hayan comportado como las indicadas. Es una metodología muy elaborada y completa, pero tiene la limitación de que sólo explica la zona geográfica en función de las variables que quedan en cada cuadrante, sin tener en cuenta el resto.

En una segunda fase, realiza el análisis de componentes principales para la segunda base datos, obteniendo un componente relativo al logro de los programas, y otro a las inversiones realizadas. Define, también, cuatro zonas en función del signo de los programas en el sentido de que la las inversiones hayan sido elevadas y hayan conseguido muchas cosas o no. Una conclusión interesante es que no hay mucha relación entre los programas y los logros socioeconómicos y demográficos. Los programas de desarrollo rural no pueden explicar la complejidad de los procesos rurales, pero se aprecia nítidamente que modifica las estructuras anteriores. Es una metodología susceptible de ser aplicada en este trabajo, pero cambiando el objetivo de evaluar los resultados de la inversión realizada por el de evaluar los efectos del desarrollo sobre la población local. En este caso se aplica al efecto global de todas las medidas de desarrollo, no solo al desarrollo del turismo rural.

- Blanca Perales, F.J. y otros (2010) en su artículo “Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía” tratan de definir un sistema de indicadores de turismo sostenible para destinos consolidados y la construcción de indicadores sintéticos que faciliten la utilización práctica de la información del sistema de indicadores. Establecen 3 dimensiones: social, económica, y ambiental y las divide en dos niveles de subapartados:

aspectos de sostenibilidad turística y cuestiones básicas. De las cuestiones básicas surgen las cuestiones evaluadas y el indicador, así como su signo. Se calcula un indicador sintético para cada destino y uno global, y según el valor del indicador, establece una jerarquía de zonas. La metodología para la obtención de indicadores sintéticos combina el análisis de componentes principales con el concepto de distancia a un punto de referencia con el objetivo de reducir la subjetividad.

Los criterios de selección de los indicadores son los siguientes: validez científica, representatividad, relevancia, fiabilidad, sensibilidad, carácter predictivo, comprensibilidad, comparabilidad, cuantificación, coste-eficiencia, transparencia y cobertura geográfica.

- Índice elaborado por Sánchez Rivero, M y Pulido Fernández, J.I. (2008) Los autores proponen un índice sintético ponderado que denominan Sustainable Tourism Index (ST INDEX)

1. Normalización de los indicadores mediante la fórmula para que todos los indicadores alcancen valores que oscilen entre 0 y 1
2. Estandarizar para que todos tengan media 0 y desviación típica 1, ya que nos lo pedirá cualquier programa informático
3. Análisis factorial

- Dieguez Castrillón y otros (2009) en su publicación "Turismo rural como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia" Exponer las motivaciones sociales para la diversificación económica en el medio rural y la valoración de los resultados previstos obtenidos en función de estas motivaciones. Utiliza una metodología que permite observar cómo afecta una combinación de factores sobre otra. Parte de la idea de que la diversificación empresarial no sólo está generada por razones económicas sino sociales y políticas (es el caso de los programas LEADER). Selecciona una muestra que identifica el universo de establecimientos de turismo rural, y en la que estén presentes todas las modalidades de establecimientos (alojamientos), así como su localización a lo largo de toda el área de estudio. Se elabora un cuestionario para medir la importancia de distintas motivaciones en la decisión de diversificar la actividad agraria hacia el turismo. Se pide a los encuestados que valoren una serie de ítem en una escala de 5 puntos. Clasifica las motivaciones en cuatro factores:

económicas, sociales, socioeconómicas e institucionales para ver que parte de la varianza explica cada factor. Se elabora otro cuestionario para medir el grado de importancia de los resultados subjetivos y objetivos. Por último se combinan los dos para buscar una relación entre motivación y resultados. Tras realizar un test de comparación de medias: análisis de la homogeneidad de la muestra se aplica la metodología estadística del análisis de componentes principales. Para indagar sobre la existencia de colectivos diferenciados de establecimientos según los resultados empresariales obtenidos se realiza un análisis clúster. Se estratifica la muestra en grupos de empresarios para ver si la jerarquía varía según el estrato. En función de la valoración de los resultados se clasifican las empresas en dos grupos. Se hace, por un lado, el estudio de las medidas objetivas, y por otro las subjetivas. Se establece una jerarquía de motivaciones

Relacionar las motivaciones para optar a la diversificación y los resultados obtenidos de la misma. Se toman los dos grupos del análisis clúster, y se comparan las motivaciones de uno y otro. Hay dos tipos de dimensiones

1. Motivaciones clasificadas en sociales, socioeconómicas, económicas e institucionales y resultados. No especifica como las obtiene.
2. Resultados objetivos y subjetivos orientados al entorno, al cliente o al beneficio

- Navarro Valverde (Navarro valverde, 2005), F.A. en su publicación "Aportaciones teóricas y metodológicas a la evaluación de los programas de desarrollo rural" realiza una revisión de diversos métodos de evaluación de los programas de desarrollo rural. La Unión Europea evalúa sus 7 objetivos: enfoque local, enfoque participativo y ascendente, carácter innovador, relación entre acciones y su naturaleza multisectorial, grupos de acción local, trabajo en red y deposiciones financieras. En el Estado Español se realizan valoraciones muy heterogéneas dependiendo de la comunidad autónoma. Son poco concretas, sólo para cumplir trámites. Los distintos Grupos de Desarrollo Local (GAL) exponen sus experiencias de evaluación para que sirvan de ayuda a otras iniciativas, el autor de este artículo menciona dos de ellas

Baviera. Evaluación de características cualitativas. Identifica los factores que facilitan o limitan el crecimiento de distintas zonas, y lo plasma en un diagrama de radar. No valora resultados, sino factores claves para el desarrollo en dos

momentos de tiempo distintos: 1. revalorización regional de las condiciones de vida, 2. nuevos campus de trabajo-dinámica social, 3. apertura estratégica de nuevos mercados dirigida a las experiencia, adquisición conjunta de conocimientos técnicos, 4. estructuras adecuadas y colaboración, 5. Inspiración en la identidad y cultura regional, 6. Imagen del territorio, 7. Atractivo social y económico. Los factores identificados son más objetivos que dimensiones. Es un método más relacionado con la planificación que con la evaluación.

SAP (Portugal). Evaluación de la evolución del territorio a partir de 8 componentes: calidad de vida, patrimonio y recursos naturales, demografía, identidad e imagen, conocimientos técnicos y tecnologías, relaciones internas y democráticas, diversificación e integración de las actividades económicas y relaciones externas. Valoración y diagrama que permite obtener el perfil del territorio. Se hace una evaluación de la aplicación del método LEADER según las siete especificidades a nivel europeo y un análisis de la evolución de la asociación de desarrollo local en base a 8 componentes: patrimonio físico y financiero, recursos humanos, competencias y capacidad de animación, identidad, cohesión interna, diversificación e integración de las actividades, programas y financiaciones, relaciones exteriores y legitimidad e imagen de la asociación de desarrollo local. Valoración y gráfico de estrella. Se analizan los resultados del método para mejorar la gestión. En el ámbito científico afirma que no se ha hecho nada, pero esto es discutible.

Propone pautas para llevar a cabo la investigación:

1. Familiarización con las políticas de desarrollo local
2. Conocimiento del territorio
3. Bases de datos
4. Trabajo de campo
5. Reducir los datos
6. Análisis de datos
7. Presentación de los mismos

- Sancho Pérez, A. y García Mesanat, G. (2006) en su artículo “¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos” elaboran un sistema sencillo y claro aunque sus conclusiones son un poco pobres.. Según Sancho y García (Sancho Pérez & García Mesanat, ¿Que indica un

indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos), “el uso de indicadores implica conocer lo que se quiere evaluar, seleccionar la información relevante y, por último, sintetizar dicha información en una serie de medidas útiles y significativas para los responsables de la toma de decisiones...las variables podrán referirse a variables de tipo cuantitativo pero también de carácter cualitativo”. Según la Comisión Europea, para evaluar es necesario un sistema de indicadores que responda a varios tipos que responden a distintas preguntas:

1. Relevancia: ¿los objetivos son adecuados al área?
2. Eficiencia: ¿los resultados se corresponden con el esfuerzo empleado?
3. Eficacia: ¿se han conseguido los resultados?
4. Utilidad: ¿los impactos han contribuido a las necesidades del área?
5. Sostenibilidad: ¿los efectos tienen continuidad en el tiempo?

Se establece un sistema de indicadores económicos, socioculturales y medioambientales. Los datos se obtienen a través de encuestas y entrevistas, con los resultados se realiza un análisis multivariante y se establecen cuatro indicadores: intensidad turística, expectativas de desarrollo turístico, población local, turistas. Si bien se han definido las dimensiones “a priori”, este análisis parece no acabar midiendo las dimensiones inicialmente descritas. Se clasifican 6 municipios turísticos en función de esos cuatro indicadores. La metodología sigue las siguientes fases

1. Clasificación entre indicadores objetivos y subjetivos
2. Indicadores objetivos: Entrevistas personalizadas a los agentes locales
3. Indicadores subjetivos: encuestas a la población local y turistas
4. Reducción de las variables a un número reducido en una combinación lineal
5. Se establecen dos indicadores: Intensidad turística y Expectativas de desarrollo turístico
6. Jerarquización de los destinos según los resultados

- Márquez Fernández, D. y otros (2005) publican el artículo “Eficacia y eficiencia de LEADER II en Andalucía. Aproximación a un índice resultado en materia de turismo rural” crean un sistema de indicadores integrado en un

sistema de planificación que permita un adecuado diagnóstico territorial y sectorial. Eficiencia y eficacia.

Hay cinco grandes tipos de indicadores: relevancia, eficiencia, eficacia, utilidad y sostenibilidad (Comisión Europea 2005), el artículo se centra en dos:

- Relevancia: Si se adecuan los objetivos del programa a las necesidades del área, sector o grupo de población.
- Eficiencia: esfuerzo invertido en términos de recursos físicos, humanos u financieros y los resultados obtenidos
- Eficacia: los impactos o resultados del programa respecto a sus objetivos.
- Utilidad: Impactos del programa sin han contribuido a las necesidades del área, sector o grupo de población
- Sostenibilidad: valorar la continuidad de los efectos después de la finalización del programa

Sigue las siguientes etapas: Generación de posibles indicadores, análisis y selección de los indicadores, análisis y selección de indicadores, y aplicación de los mismos. La eficiencia se mide por el mayor número de proyectos, y la eficacia por el menor coste. Calcula con se desvía cada uno de un valor máximo (ideal) y uno mínimo (límite) y ordena las alternativas mediante el método del punto ideal con P2. Esto se realiza para cada comarca y se compara. Con todo ello se llega a un índice de resultado, considerando que el valor óptimo es "0". El modelo se aplica a diversas comarcas para su comparación.

Martínez Roget, F. y otros (Martínez Roget, Miguel Domínguez, & Murias Fernández, 2005) en su publicación "La actividad del turismo rural en Galicia: una análisis de eficiencia" estudia la eficiencia de un establecimiento de turismo rural. Mide la eficiencia y la eficacia. Utiliza el índice de Malmquist para compara periodos de tiempo distintos. Realiza 49 encuestas para conocer la evolución de la actividad de cada establecimiento en tres categorías: características del establecimiento, aspectos laborales y aspectos económicos. La metodología del Análisis Envolvente de Datos (DEA), ha sido tradicionalmente utilizada para la estimación de la eficiencia relativa de un conjunto de unidades productivas. En los últimos años, se han desarrollado otras aplicaciones en las que se incluye el

DEA como posible herramienta para la obtención de índices sintéticos a partir de indicadores parciales

