

SEMINARIO INTERNACIONAL

Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral



BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

UNIVERSIDAD DE ALICANTE



Institut Universitari d'Investigacions Turístiques
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas



24-25
Noviembre
2011

COMUNICACIONES

BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

EL PAPEL DEL TURISMO NÁUTICO EN APULIA (ITALIA) COMO ELEMENTO DE RENOVACIÓN

Lucrezia López

Departamento de Geografía, Universidad de Santiago de Compostela

TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS, ORDENAMIENTO TERRITORIAL E TURÍSTICO EM ESCALA MUNICIPAL: UM NOVO OLHAR PARA GUARATUBA NO LITORAL DO PARANÁ.

Renata Maria Ribeiro, Margarete Araujo Teles y Marcos Aurelio Tarlombani Da Silveira
Universidad Federal de Paraná, Brasil

LA POLÍTICA TURÍSTICA EN CANCÚN COMO DESTINO TURÍSTICO MADURO, ¿RENOVAR O REPLICAR?

Ana Pricila Sosa Ferreira y Alfonso de Jesús Jiménez Martínez

Departamento de Turismo Sustentable Hotelería y Gastronomía de la Universidad del Caribe, México

ETAPAS DEL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO COZUMEL (MÉXICO)

Romano Gino Segrado Pavón, Karina Amador Soriano, Juana Jiménez Jiménez y Lucinda Arroyo Arcos.

División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, Cozumel

LA MANGA CONSORCIO. INSTRUMENTO DE GOBERNANZA EN UN ESPACIO TURÍSTICO SINGULAR DEL SURESTE DE ESPAÑA.

Cayetano Espejo Marín y Ramón García Marín

Universidad de Murcia

LA REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL CASTELLONENSE: EL CASO DE BENICÀSSIM (CASTELLÓN, COMUNITAT VALENCIANA).

Diego López Olivares y Juan Bautista Ferreres Bonfill

Universitat Jaume I de Castellón

LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA COMO ESTRATEGIA CLAVE PARA LA REACTIVACIÓN DE DESTINOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL: LA REINVENCIÓN DE CULLERA (ESPAÑA).

Daniel Díez Santo

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante

Enrique Gandia Álvarez

Museo de Historia y Arqueología de Cullera

LOS AGENTES SOCIALES Y LA POLÍTICA URBANÍSTICO-TURÍSTICA: PERCEPCIÓN Y PERFORMATIVIDAD. EL CASO DE LAS DIRECTRICES DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y DEL TURISMO DE CANARIAS.

Pablo Rodríguez Gonzáles

IESA - CSIC - Córdoba

Manuel Ángel Santana Turégano

Universidad de La Laguna

REACTIVANDO LA "GROWTH MACHINE" DE SOL Y PLAYA: EL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN DE LA PLAYA DE PALMA (MALLORCA).

Ismael Yrigoy, Antoni Artigues y Macià Blazquez

Universitat de les Illes Balears

BLOQUE TEMÁTICO 2

Incidencia de las políticas, programas y estrategias de la Administración pública en la renovación de los destinos turísticos.

LA REGENERACIÓN URBANA EN LA RESTRUCTURACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DEL CONFLICTO. EL CASO DE CALPE.

José Francisco Perles Ribes

Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Calpe
Departamento de Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas

GANDIA Y SUS PRÁCTICAS DE RENOVACIÓN TURÍSTICA

Emilio M. Obiol Menero y Adrián Ferrandis Martínez

Universitat de València e Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS ANTE EL CAMBIO DEL MODELO TURÍSTICO: COSTA DEL SOL OCCIDENTAL.

José Antonio Marín Moyano

Técnico en Turismo, Junta de Andalucía

Enrique Navarro Jurado

Dpto. de Geografía, Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga

RENOVACIÓN DE DESTINOS LITORALES MADUROS A PARTIR DEL PATRIMONIO CULTURAL: PLAN COSTA BLANCA CULTURA.

Rosario Navalón García y Elisa Rico Cánovas

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

EL PAPEL DEL TURISMO NÁUTICO EN APULIA (ITALIA) COMO ELEMENTO DE RENOVACIÓN

Autora:

Lucrezia Lopez

Departamento de Geografía
Universidad de Santiago de Compostela
lucrezia.lopez@usc.es
Tlf. (+34) 981563100 ext. 12722

En los últimos años la región italiana de Apulia ha mejorado su posicionamiento entre los destinos turísticos. Para mantener semejante posición competitiva, se están poniendo en marcha medidas de diversificación y renovación de la oferta, entre las cuales destaca la apuesta por el turismo náutico.

Se presentan las estrategias y las líneas de trabajo que los actores involucrados (públicos y privados) indican en sus proyectos, se analiza de qué manera las actuaciones y las inversiones pretenden dinamizar el espacio litoral y como las mejoras de las infraestructuras lo cualifican y reestructuran, potenciando su capacidad de atracción. Estas acciones están proyectando la región a un nuevo segmento del mercado turístico caracterizado por gastos elevados, además de renovar las infraestructuras portuarias de las localidades costeras, que pueden ser empleadas por las demás actividades de ocio y deporte.

Se aporta una reflexión sobre los pros y contras del turismo náutico en Apulia, sobre su adaptación a las nuevas tendencias del turismo y como este reparta beneficios a la economía regional.

Palabras clave: Turismo náutico; Apulia; Diversificación turística; Renovación del litoral.

1. TURISMO Y TENDENCIAS

El turismo es un sector económico transversal que puede sustentar y dinamizar la economía de los destinos a largo plazo (Anton i Clavé y González Reverté, 2008); por lo tanto es una alternativa para aquellos lugares donde las actividades tradicionales no consiguen garantizar un desarrollo económico. El espacio turístico es en primer lugar un espacio geográfico modificado en tal sentido, es decir que este es ante todo una imagen (Raffestin, 1991; Miossec, 1991; Escudero Gómez, 2005) que crea la identidad del lugar mismo, ya que ningún lugar tiene una

precisa vocación turística, sino se vuelve tal en función de la capacidad emprendedora e innovadora de los agentes territoriales (Raffestin, 1991).

Así mismo, el desarrollo turístico local se convierte en un eje para la “proyectualidad territorial” (Bencardino y Prezioso, 2007), es decir para la organización y valorización del territorio y sus actividades llegan a ser un factor innovador desde el punto de vista económico y socio-cultural. Desde el punto de vista económico, el desarrollo turístico aporta beneficios como:

- ✓ Llegada de ingresos en espacios con escasas posibilidades de captación de capital (a través de gasto de visitantes, gasto turístico de las empresas y flujos turísticos);
- ✓ Dinamización del tejido empresarial del territorio receptor, que lleva a un crecimiento de todos los sectores de servicios (alojamiento, transportes, producción, servicios, etc.);
- ✓ Impulso a la construcción de infraestructuras;
- ✓ Empleo en los destinos turísticos: como afirma el informe del Fórum Económico Mundial *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*, y cambios en el mercado del trabajo (Anton i Clavé y González Reverté, 2008), ya que se demandan nuevas figuras profesionales.

Los cambios sociales que afectan a un espacio turístico (Anton i Clavé y González Reverté, 2008) resultan de la interacción entre la *comunidad anfitriona* y la *comunidad huésped*, que puede alterar los valores sociales y culturales con una consecuente aculturación o degradación. Desde cuando se celebró la primera cumbre en Río de Janeiro en el 1992, la sostenibilidad se ha convertido en una prioridad para el turismo y hoy en día es un requisito esencial para la puesta en marcha de un adecuado desarrollo turístico (Bencardino y Prezioso, 2007) que mira a la:

- ✓ Preservación de los recursos;
- ✓ Creación de posibilidad de desarrollo para las generaciones futuras;
- ✓ Protección desde cualquier tipo de explotación turística de las áreas vulnerables;
- ✓ Definición de la capacidad de carga: planificación del territorio y de los recursos.

Bajo la misma actitud, se firmó la *Carta del Turismo Sostenible*, redactada conjuntamente por UNEP, UNESCO y ONU durante la Conferencia Mundial sobre el Turismo Sostenible que tuvo lugar en Lanzarote en el 1995. Con este documento, se consolidó la importancia de la sostenibilidad para el alcance de un desarrollo endógeno.

La internacionalización y la mundialización han convertido el turismo en un fenómeno complejo en continua evolución. Según el informe *European Tourism in 2009: Trends & Prospects*, redactado por European Travel Commission, las nuevas ofertas turísticas deben contemplar más aspectos relacionados con cultura, historia, arte, medio ambiente, salud, gastronomía, deporte y, por supuesto, el mejor coste-beneficio. Sin embargo, las tendencias evolucionan rápidamente, por lo que los nuevos contextos económicos y culturales necesitan capacidades emprendedoras para enfrentarse a la creciente competencia turística. En general, las tendencias turísticas están relacionadas con factores como:

- ✓ La disponibilidad de tiempo;
- ✓ La revolución de los transportes;
- ✓ Los nuevos grupos demográficos;
- ✓ La demanda turística;
- ✓ La oferta turística y los nuevos productos turísticos;
- ✓ El comportamiento del turista contemporáneo.

Dados los múltiples comportamientos de consumo del turista contemporáneo, ya no se puede hablar de un “turista tipo”, es decir, de un turista pasivo que se adapta a las tendencias del mercado. Por el contrario, éste es exigente y demanda siempre más actividades, reclamando un dinamismo en el sector, que se traduce en la aparición simultánea de nuevos productos, nuevas formas de comercialización y distribución. Además, éste busca emociones siempre nuevas y por eso más que de turista, Judd (2003) prefiere hablar de *post-turista*, que no quiere fijar su mirada en objetos o sitios turísticos, sino que busca nuevas experiencias, interesándose por lo que el lugar ofrece, lo que se puede ver y hacer. De hecho, según el *Rapporto Turismo 2001 ACI-CENSI* el turista contemporáneo es “politeísta” en cuanto sus comportamientos de consumo se caracterizan por “comprar” destinos distintos, nuevos o renovados, con más frecuencia a lo largo del año. La vacación se convierte en una ocasión de enriquecimiento personal y experiencia auténtica, como pueden ser las vacaciones que le permiten entrar en contacto con el territorio y el medio-ambiente. Por estas razones, durante los últimos tiempos los actores locales están llamados a resaltar los recursos del territorio, combinarlos y ofertarlos de tal manera que sea un producto turístico nuevo. Un mismo espacio turístico puede ofertar más productos, con lo cual puede atraer a varios clientes, pero lo importante es la imagen que refleja; como consecuencia, según Bencardino y Prezioso (2007) ya no se habla de turismo, sino de “turismos”, para indicar la segmentación del mercado turístico.

2. EL TURISMO NAÚTICO PARA VALORIZAR Y RENOVAR

Tras las tendencias positivas registradas en Apulia durante los últimos años, se ha consolidado su posición de destino turístico, como pueden confirmar el incremento de los datos estadísticos resumidos en la siguiente tabla 1. Se han seleccionado los datos relativos a las llegadas a establecimientos turísticos y el número de establecimientos, habitaciones y camas.

Tabla 1. Evolución estadística en Apulia 2000-2010

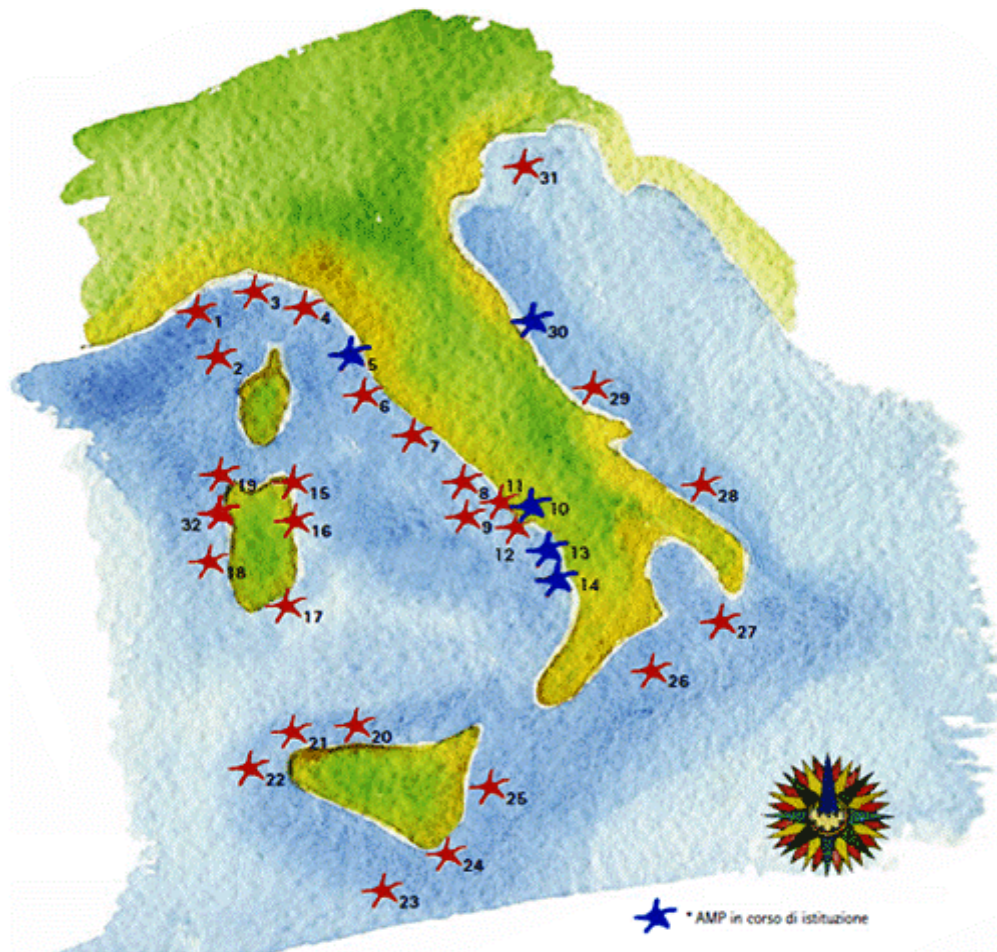
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Llegadas a establecimientos turísticos	1.560.818	1.763.156	1.940.183	1.973.643	1.997.110	2.116.740	2.103.887	2.276.402	2.499.045	2.567.335	2.554.816*
Número de establecimientos, habitaciones y camas	1.529	1.428	1.599	1.839	2.172	2.352	2.696	2.872	3.612	3.907	4.106*

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Si se consulta la página web del Assessorato al Turismo de Puglia (Consejería de Turismo en Apulia), se puede apreciar la oferta turística de la misma, que se presenta como destino ideal para practicar turismo cultural, religioso, eno-gastronómico, termal, sol y playa, rural y de naturaleza. Además, se ofrece la posibilidad de practicar varios deportes como, por ejemplo, recorrer rutas en bicicleta o a caballo para gozar del paisaje, hacer excursionismo o equitación, practicar golf o deportes náuticos.

Con respecto a esta última actividad, durante los últimos años, el turismo náutico en Italia ha experimentando un gran desarrollo, gracias a la renovación de instalaciones y al interés que despiertan los productos del Mediterráneo (Ferradás Carrasco, 2002). Un ejemplo se puede apreciar en la siguiente figura 1; la costa italiana es rica en parques y áreas marinas, que representan un recurso territorial que incrementa el factor de atracción hacia el litoral.

Figura 1. Mapa de Parques y Áreas Marinas Protegidas en Italia



Fuente: UCINA (http://www.ucina.net/Turismo_nautico_new/parchi_marini/home_parchi_marini.aspx)

Leyenda del Mapa de Parques y Áreas Marinas Protegidas en Italia

1	Isola di Bergeggi	9	Regno di Nettuno	17	Capo Carbonara	25	Isole Ciclopi
2	Santuario dei Mammiferi Marini	10	Parco Sommerso di Baia	18	Penisola del Sinnis	26	Capo Rizzuto
3	Portofino	11	Parco Sommerso di Baiola	19	Isola dell'Asinara	27	Porto Cesareo
4	Cinque Terre	12	Punta Campanella	20	Capo Gallo- Isola delle Femmine	28	Torre Guaceto
5	Secche della Meloria	13	Santa Maria di Castellabate	21	Isola di Ustica	29	Isole Tremiti
6	Arcipelago Toscano	14	Costa degli Infreschi	22	Isole Egadi	30	Torre Cerrano
7	Secche di Tor Paterno	15	Arcipelago della Maddalena	23	Plemmirio	31	Miramare
8	Isole di Ventotene e Santo Stefano	16	Isola Tavolara- Capo Coda Cavallo	24	Isole Pelagie	32	Capo Caccia – Isola Piana

Actualmente se considera el turismo náutico uno de los sectores económicos con mayores posibilidades de expansión y beneficios (directos e indirectos) en el territorio. En la siguiente tabla 2 se aportan los datos publicados por el Ministerio de Infraestructuras y Transportes con

respecto al total de plazas disponibles en puertos turísticos, puertos polifuncionales y amarres turísticos¹.

Tabla 2. Número total de plazas de barcos en puertos turísticos, puertos polifuncionales y amarres turísticos en Italia

	1998	1999	2001*	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Abruzos	1.491	1.491	1.491	2.079	2.072	2.062	2.703	2.695	2.269	2.453
Calabria	1.874	1.873	1.879	2.030	2.121	2.050	3.119	4.120	4.321	5.415
Campania	11.259	11.259	12.002	15.588	14.310	15.059	15.004	17.160	17.312	15.405
Emilia Romagna	5.431	5.461	5.355	4.392	4.745	4.745	5.354	5.284	4.432	5.329
Friuli Venezia Giulia	10.396	10.396	10.396	10.396	10.161	10.161	15.969	13.031	11.197	13.629
Lacio	7.047	7.047	7.047	6.882	6.644	6.722	7.665	7.773	6.268	8.472
Liguria	16.999	22.837	22.837	22.580	22.337	23.718	24.658	23.514	24.492	24.306
Las Marcas	3.795	4.327	4.327	5.372	4.975	4.975	5.145	5.558	4.720	5.627
Molise	120	120	120	288	288	304	288	288	288	542
Apulia	7.892	7.892	7.804	8.359	8.903	8.677	10.857	11.509	10.829	12.195
Cerdeña	11.320	11.320	14.201	17.541	20.639	19.977	13.151	15.517	19.187	17.119
Sicilia	8.322	8.322	8.921	9.828	10.487	10.685	13.849	14.263	11.626	12.851
Toscana	15.058	14.978	15.375	15.132	15.382	15.862	20.155	17.125	15.925	16.890
Véneto	3.562	3.562	5.118	4.546	4.978	5.699	3.639	3.639	3.637	5.933
Total	104.566	110.885	116.873	125.013	128.042	130.696	141.556	141.476	136.494	146.166

Fuente: Ministerio de Infraestructuras y Transportes (* Faltan los datos relativos al año 2000).

¹ Según la distinción adoptada por dicho Ministerio:

1. *Puerto turístico*: es un conjunto de infraestructuras inamovibles, cuyas obras afectan al espacio marítimo y terrestre y sirven a la náutica de recreo;
2. "Approdo turístico": asume la función de un puerto polifuncional (art. 4, comma 3, Ley 28 Enero 1994, n° 84), está destinado a la náutica de recreo, y está dotado de servicios complementarios;
3. *Puntos de amarre*: son áreas demaniales marítimas, cuyas instalaciones pueden ser fácilmente eliminadas.

Se han resaltado los datos relativos a la evolución de plazas en Apulia con el fin de destacar el incremento de las mismas en la región, que se puede interpretar como la presencia de un “potencial” en turismo náutico. A continuación se presentan los programas y los principios de los actores públicos y privados de la región, que están operando conjuntamente para difundir la imagen de turismo náutico. En otras palabras, a través de la valorización de unos recursos territoriales, se recurre a una forma de turismo litoral para renovar el destino turístico-Apulia, cuyas costas se extienden a lo largo de 940 km por el Mar Adriático y Mar Ionio, que se encuentran en el Finus Terra: Santa Maria de Leuca.

2.1. Del local al regional: el “Distretto Produttivo della Nautica Pugliese” en Apulia

A la hora de invertir en el sector del turismo náutico destacan dos carencias: no hay sinergias entre turismo náutico y actividades empresariales, ni hay un adecuado sistema de detección de datos acerca de la demanda de turismo náutico, en cuanto faltan informaciones relativas al número de usuarios y parques náuticos. Para solucionar estos problemas, en Diciembre 2008, a través del decreto n. 2409, nació el *Distretto Produttivo della Nautica Pugliese*. Este fue el resultado de la cooperación de 104 empresas de las provincias de Bari, Brindisi, Lecce y Taranto y de asociaciones de categoría, instituciones públicas y privadas; oficialmente reconocido en Marzo del 2010. Las empresas interesadas en esta renovación toman como referencia dos aspectos claves:

- ✓ *Cooperación*: a través de acciones comunes quieren reducir la competencia regional, apoyar el crecimiento de destinos más débiles según un modelo de un producto homogéneo (Ferradás Carrasco, 2001).
- ✓ *Conocimiento del territorio*: es el punto de partida basado en elementos objetivos y subjetivos que guían los principios de organización espacial a través de una interacción con los sistemas locales. Así mismo, el sistema local se convierte en el resultado de relaciones humanas que se desarrollan con respecto a una base territorial.

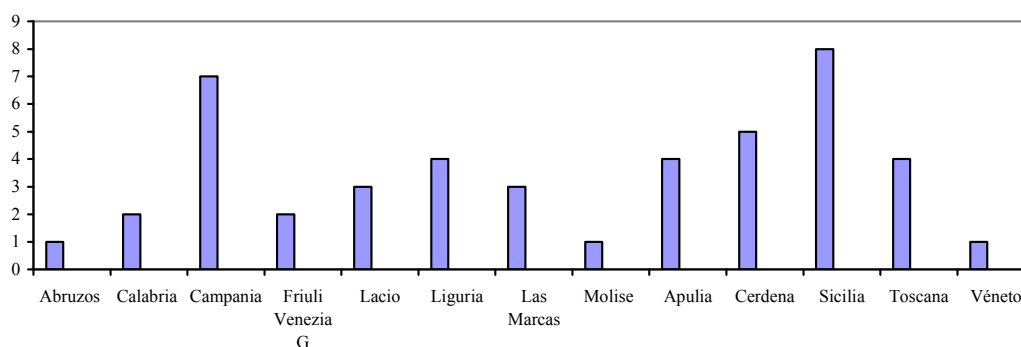
Sin embargo, el modelo de organización territorial según el “distrito” no es nuevo; ya que el modelo del distrito industrial fue elaborado por el economista Alfred Marshall a finales del siglo XIX, que en *The Principles of Economics* (1890) discutía el concepto y las características de los distritos industriales, definidos como “concentraciones de sectores especializados en una localidad específica”. Años después este modelo de organización industrial será aplicado en Italia con el fin de propiciar un desarrollo territorial (Dallari, 2004), valorizar las capacidades y las voluntades y favorecer las políticas de desarrollo a través de una cooperación entre actores locales y redes a distinta escala. En general, el “distrito” se compone de un cierto número de

empresas procedentes del mismo sector productivo, o de sectores complementarios, que se localizan en el mismo lugar para beneficiarse de la proximidad territorial y poner en marcha medidas comunes para enfrentarse a los desafíos externos y ser más competitivas (Tinacci Mosello, 1990; Conti, 1996).

Considerando los beneficios que derivan de este modelo de gestión espacial, en Italia se han creado distritos de la náutica en Lacio, en Sicilia, en Friuli Venezia Giulia y en Tigullio (Liguria). Entre las actuaciones, constan unas dirigidas a mejorar el sector del turismo náutico, de hecho, las tendencias turísticas sugieren nuevas formulas para la oferta turística italiana basadas en las vocaciones naturales (mar, arte, montañas, etc.) y en un modelo de gestión territorial según “sistemas”.

El tejido económico de Apulia cuenta con la presencia de pequeñas empresas con elevadas capacidades profesionales que se ocupan de la construcción, producción, planificación, producción, comercialización y venta en el sector náutico; también en el campo de la formación y de la investigación existen potencialidades aún no explotadas. Por ejemplo a continuación se presenta la distribución de institutos de formación náutica en Italia y como se puede apreciar, en Apulia hay cuatro institutos; un número que está en la media nacional, aunque por debajo de Sicilia (8) y Campania (7).

Figura 2. Número de institutos náuticos en Italia



Fuente. Osservatorio Nautico Nazionale

El espíritu que respalda el distrito náutico pone de manifiesto la voluntad de renovar las relaciones promoviendo una “economía del mar” que ponga en valor las vocaciones territoriales y el medio físico atractivo. La expresión “economía del mar” resume en sí misma la voluntad de invertir en recursos territoriales locales, que permiten conseguir un desarrollo endógeno de la región. El valor añadido es la variedad de sectores económicos involucrados: industria, turismo, formación; esto permite incentivar la creación de sinergias del sector y asegurar su

creciente competitividad. De este modo, se considera al sector náutico un sector de crecimiento económico y social, con consecuencias también a nivel ocupacional.

Los objetivos generales del “Distretto Produttivo della Nautica Pugliese” son la creación de:

- 1) *Sistema de empresas en el sector náutico*: para reforzar las empresas existentes y favorecer las nuevas atrayendo inversiones; promover la concertación entre empresas aumentando su nivel de internacionalización y la propensión a la investigación e innovación.
- 2) *Sistema portuario turístico y del turismo náutico*: para aumentar y mejorar la acogida portuaria.

2. 2. El papel del turismo náutico en Apulia

La oferta del turismo náutico va más allá del turismo de sol y playa (Martín Pérez, 1999); su recurso básico es la misma localización del destino, es decir que sin un recurso “acuático”, sean aguas marinas o interiores, no es posible. Otro factor favorable es la longitud de la costa. Aunque el clima pueda parecer un factor relevante, en realidad no lo es, en cuanto no todas las localidades donde se registra un desarrollo del turismo náutico presentan un clima templado y con sol (Ferradás Carrasco, 2001), como es el caso de Francia o Galicia. Según la definición propuesta por Turespaña (1998), la actividad del turismo náutico está enfocada a disfrutar de unas vacaciones acuáticas en contacto con el agua (Ferradás Carrasco, 2001) durante el tiempo de ocio, en el que se pueden realizar distintas actividades deportivas (individualizadas o colectivas): vela, a motor, surf y windsurf, submarinismo, remo, cruceros en un disfrute conjunto de la naturaleza y recreación.

De esta manera, en línea con las ya citadas tendencias, se destaca que el turismo náutico ofrece al turista varias actividades y aporta, al territorio, beneficios económicos distintamente repartidos. Sin duda, un aspecto relevante es el incremento del poder de atracción del litoral, ya que en los lugares donde existen instalaciones náuticas, los hoteles y los restaurantes consiguen unos beneficios más elevados que donde no existen dichas instalaciones (Smith y Jenner, 1995). Por estas razones, los actores participantes en el “Distretto Produttivo de la Nautica Pugliese” han decidido mejorar los equipamientos del litoral de la región, aumentando el número de plazas de barcos y la calidad de los servicios. Pretenden favorecer una mayor integración entre el turismo de recreo y el interior, para evitar un desarrollo desigual, e incluir la dimensión medio-ambiental en la programación.

Las estrategias indicadas para alcanzar los citados objetivos son la puesta en marcha de políticas de incentivación y apoyo a las empresas y al sistema portuario para la náutica de recreo. En este último caso, las actuaciones más urgentes son:

- a) *Cualificación de oferta de servicios*: las estructuras existentes no aseguran niveles cualificados como los demás competidores nacionales e internacionales.
- b) *Ampliación de los puertos existentes y construcción de nuevos puertos turísticos*: la oferta es inferior con respecto a sus capacidades y a la demanda potencial. Apulia cuenta con 64 puertos turísticos y polifuncionales, y las plazas de barcos disponibles no son suficientes para competir con las demás regiones.

Tabla 3. Número de plazas de barcos por capitanía de puerto según tipologías de estructura en Apulia.

Tipología de estructura		Puerto Turístico			“Approdo”- Puertos Polifuncionales			Puntos de Amarre		
		2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Capitanías de Puerto	Taranto	-	-	450	691	492	490	313	450	525
	Gallipoli	-	1.430	1.538	457	750	809	4.673	2.616	2.090
	Brindisi	-	-	902	1.218	1.218	300	144	144	100
	Bari	1.384	1.192	861	-	-	-	476	-	672
	Molfetta	100	-	-	664	664	1.064	171	271	843
	Manfredonia	310	270	580	85	518	518	823	814	453

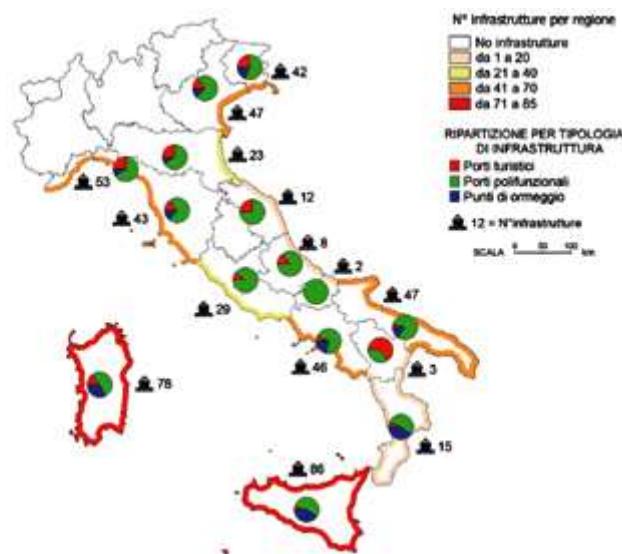
Fuente: Ministerio de Infraestructuras y Transportes. Elaboración propia.

A partir de los datos publicados por el Ministerio de Infraestructuras y Transportes para los años 2007, 2008 y 2009, se ha elaborado la tabla 3 en la cual se presentan los datos del número de plazas de barcos diferenciados por puertos turísticos, puertos polifuncionales y puntos de amarre, según la capitanía de puerto. De esta manera, se destaca un aumento o disminución de plazas en una u otra estructura; cabe prestar atención a la evolución de los datos no solo con respecto a la misma tipología de estructura, sino entre ellas. De hecho, por ejemplo, en el 2009, en la capitanía de puerto de Brindisi se registra un descenso de plazas en puertos

polifuncionales, pero, por otro lado, durante este año se dispone de plazas en los puertos turísticos.

c) *Creación de nuevas infraestructuras portuarias*: estas mejoran el poder de atracción del espacio turístico “náutico” de destinos ya consolidados y revitalizan los recursos de aquellos pueblos costeros menos atractivos.

Figura 3. Número de infraestructuras portuarias por región (2010)



Fuente: *Rapporto sul Turismo Nautico*, 2010:36.

El termino infraestructura se emplea para hacer referencia a todo tipo de instalación que se puede encontrar a lo largo del litoral, como por ejemplo el puerto turístico, una playa con equipamientos o un punto de amarre. Según los datos publicados por el Observatorio Náutico Nacional, en el 2010, en Apulia había 47 infraestructuras, de ellas dos eran puertos turísticos, 38 eran puertos polifuncionales y siete eran puntos de amarre.

Dado que el valor añadido de una instalación reside en la consecuente diversificación y cualificación de la costa (Esteban Chapapría, 2000), al faltar estas, el resultado es la dispersión de flujos turísticos y la receptividad se concentra en el periodo estival sin fomentar la desestacionalización. De hecho, una estación náutica es un espacio turístico y recreativo que permite la práctica del turismo náutico también fuera de la época de verano, compartiendo la actividad náutica con el alojamiento y el disfrute de la naturaleza, la oferta turística y recreativa del entorno (Besteiro, 2004).

d) *Realización de un plan de promoción e internalización de la oferta de turismo de recreo pullese*: en este objetivo está colaborando la administración pública. Sin embargo, las políticas regionales apoyan la actividad de empresas y actores turísticos, como se indica en la Ley n. 23 del 3 Agosto 2007 (“Promozione e riconoscimento dei distretti produttivi”) y en los programas operativos regionales F.E.S.R. 2007-2013; ya que el desarrollo del turismo permite la valorización de recursos y habilidades territoriales, cuya finalidad es reforzar los factores de atracción del territorio, mejorar su accesibilidad, asegurar servicios de calidad, mejorar la innovación y las condiciones de empleo.

Con respecto al sector náutico, las políticas regionales pretenden alcanzar un desarrollo sostenible territorial que asegure iguales oportunidades a la región. Como es indicado por el P.O. F.S.E. 2007-2013, para difundir una nueva imagen de destino turístico con un modelo del turismo náutico, se fomenta la participación en ferias, congresos y eventos. Entre estas, destaca, por ejemplo, el Salone Nautico de Puglia organizado por la Junta de Apulia, junto con SPRINT² Apulia y el Distretto de la Nautica que tuvo lugar en Brindisi en Marzo 2011. Bajo el título “Puglia - Paesi Balcanici: Nuovi scenari di sviluppo per le imprese della nautica da diporto, della portualità turistica, del turismo nautico”, el objetivo principal del evento fue analizar las oportunidades procedentes de los mercados de los países de los Balcanes, tanto para las empresas del sector náutico cuanto para los operadores turísticos en la náutica de recreo. Así mismo, se ha informado a las empresas pulleses interesadas en los mercados de los Balcanes acerca de las oportunidades de negocio, las dinámicas de desarrollo de la demanda de la náutica de recreo de estos países, sugiriendo estrategias y técnicas de marketing adecuadas.

El sector náutico es complejo, en cuanto su correcto funcionamiento involucra distintos actores que deberían fomentar acciones concretas, entre ellos constan puertos y marinas³; el legislador, los mismos productores de barcos, que deberían vender soluciones innovadoras desde un punto de vista ecológico. Siendo conscientes de la importancia del medio-ambiente, el distrito (entendido como actor) en su programa de desarrollo del turismo náutico reconoce la importancia de la sensibilidad y de la vulnerabilidad del espacio litoral; considera la incidencia de su situación hidrodinámica e hidrogeológica y de los vínculos de protección espacial a la hora de planificar sus actuaciones. Además, exige que las infraestructuras náuticas adopten comportamientos (individuales o colectivos) respetuosos con el medioambiente; por estos los

² Sportello Regionale per l’Internazionalizzazione dell’Impresa.

³ Una *instalación náutico-deportiva o marina* puede definirse como el conjunto de servicios elementales prestados por una o varias organizaciones, destinados a satisfacer necesidades relacionadas con el uso y disfrute de embarcaciones deportivas o de recreo (Martín, 1996).

actores consideran la importancia de programas y medidas destinadas a la eliminación de residuos, aceites, baterías, y la recogida de los mismos.

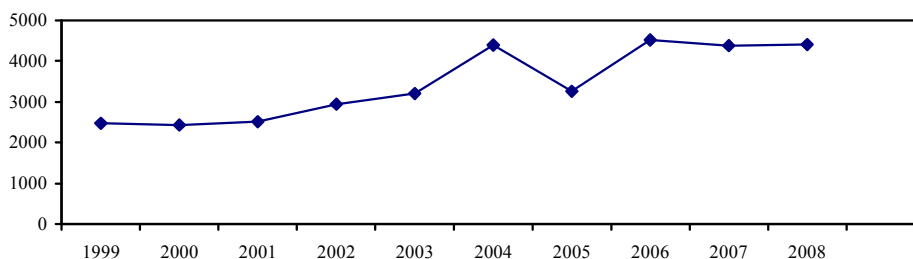
3. ALGUNAS REFLEXIONES ACERCA DEL TURISMO NÁUTICO EN APULIA

La apuesta por el turismo náutico pretende ser una herramienta para renovar la oferta turística pullese, pero hay que considerar sus posibles amenazas. Por ejemplo, las infraestructuras son un riesgo para el litoral con respecto a las especulaciones o a un rápido agotamiento del ciclo de vida del producto; además, no se pueden excluir eventuales desequilibrios territoriales entre la franja litoral y el interior. Sobre todo en el caso de Apulia, se trata de un turismo náutico litoral, ya que el recurso acuático es el mar, y la región no presenta aguas interiores, a parte de los lagos de Lesina y Varano. La necesidad de construir instalaciones al lado de la playa o muy próximas a estas se puede obviar, reduciendo los impactos medio-ambientales, rehabilitando instalaciones ya existentes y concentrando algunas actividades en segunda línea. La interacción litoral-interior descongestionaría las actividades contribuyendo a la repartición de beneficios.

El turismo náutico sigue proyectando una imagen de producto turístico elitista, que a nivel territorial se traduce en espacios turísticos diferentemente desarrollados y competitivos y una distinta repartición de beneficios económicos en toda la región. Por lo tanto, los agentes turísticos pueden evitar esta elitización diversificando y segmentando la oferta, además de promover una desestacionalización, que como hemos visto es posible en este tipo de turismo. Además, respetando el principio de sostenibilidad y de un homogéneo desarrollo regional en red, hay que tener en cuenta la importancia de conocer y valorizar los recursos turísticos como patrimonio cultural, histórico y natural (Ferradás Carrasco, 2002).

El objetivo de un desarrollo sostenible exige la mirada a la “comunidad anfitriona”, por eso es fundamental hacer que este turismo, y el complejo de las actividades que presupone, atraiga la atención de los ciudadanos de la región, tanto en su tiempo libre como en sus vacaciones. Así mismo, la planificación debería contar con actuaciones que permitan gozar del recurso-mar y de las instalaciones a lo largo de todo el año, como puede ser la incentivación de los deportes acuáticos y asegurando una cierta continuidad en el empleo de profesionales. Por ejemplo, se presentan los datos relativos a los carnets de conductor náutico de los últimos años en Apulia, y a excepción de un descenso en el 2005, la tendencia es positiva, haciendo que la Apulia ocupe el noveno lugar entre las veinte regiones italianas.

Figura 4. Evolución del carnet de conductor náutico en Apulia



Fuente UCINA. Elaboración propia.

Por estas razones, es necesario que los planes estratégicos contemplen todo tipo de aspectos y una medida podría ser la realización de un estudio de benchmarking que permita conocer las actuaciones de otros países más competitivos (Lopez, 2010) en el turismo náutico; este estudio permitiría confrontarse con nuevos modelos aplicables al contexto de referencia. La apertura hacia los demás es también importante para fomentar iniciativas de cooperación internacional, de hecho la Apulia está próxima a destinos turísticos consolidados para el turismo náutico como son Grecia, Croacia o Turquía.

4. CONCLUSIONES

El papel que las autoridades y empresas atribuyen al turismo náutico y las intenciones expresadas reenvían a las aportaciones de la actividad turística, que puede convertirse en dinamizador de la economía de destinos consolidados y no. A la hora de “crear la vocación turística del lugar”, la capacidad emprendedora e innovadora de los agentes territoriales se esfuerza para conseguir un “espacio turístico” que contribuya al desarrollo económico territorial a través de la llegada de ingresos en los mismos.

El turismo náutico es una herramienta de renovación de un destino turístico -Apulia- que expande sus efectos a todo el territorio. A partir de los recursos territoriales como el mar y el agua, y aprovechando su posición geográfica, los actores han decidido apostar por una “economía del mar”, y para esto se ha hecho necesario invertir en la creación de un sistema de empresas en el sector náutico y, desde luego, mejorar el sistema portuario turístico.

Mejorando y ampliando la oferta del turismo en Apulia, se presta atención también al turista contemporáneo, que demanda siempre más actividades, que le permitan gozar de nuevas

experiencias y de nuevas emociones, interesándose por la oferta del destino turístico. Así mismo, las vacaciones que le permiten entrar en contacto con el territorio y el medio-ambiente parecen satisfacer estas nuevas tendencias, y por estas razones los actores locales en Apulia, llamados a combinar e innovar de forma innovadora los recursos territoriales, han destacado la necesidad de crear un adecuado sistema de infraestructuras para que los “turistas náuticos” desarrollen sus actividades, entrando en contacto con el mar y las bellezas de la costa.

Sin embargo, la puesta en valor del turismo náutico no comporta solo beneficios, sino se acompaña también de riesgos y amenaza para el litoral y para el desarrollo homogéneo de la región, por lo tanto será necesario invertir en una planificación turística que contemple estos riesgos, además de apostar por una internacionalización y desestacionalización del sector.

BIBLIOGRAFÍA

- ACI-CENSIS (2001): Il Rapporto Turismo 2001. I distretti turistici italiani: l'opportunità di innovare l'offerta, Censis Servizi SpA, Roma.
- ANTÓN i CLAVÉ, A. y GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (coords.) (2008): A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico, Barcelona, Editorial UOC.
- BENCARDINO, F. Y PREZIOSO, F. (2007) (coords.): Geografia del Turismo, Milano, McGraw-Hill.
- BESTEIRO RODRÍGUEZ, B. (2004): “El desarrollo del Turismo Náutico en Galicia”. Cuadernos de Turismo, 13:145-163.
- CANO, M., DRUMMOND, S. MILLER C. Y BARCLAY, S. (2001): “Learning from Others: Benchmarking in diverse tourism enterprises”. Total Quality Management, 7&8:974-980.
- CEDEFOP, STRIETSKA- ILINA, O. Y, TESSARING, M. (coords.) (2005): Trends and Skills Needs in Europe. Cedefop Panorama Series: 115, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.
- CONFERENCIA MUNDIAL DEL TURISMO SOSTENIBLE (1995): Carta del Turismo Sostenible. Lanzarote, Islas Canarias. Disponible en <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>.
- CONSULTUR (1990): Definición y desarrollo de la Red de estaciones Náuticas, Madrid, Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y Pyme.
- CONTI, S. (1994): “Pleasure navigation in Italy”. Marina Management, 6:3.
- CONTI, S. (1996): Geografia Economica. Teorie e Modelli, Torino, UTET.

- DALLARI, F. (2004): “Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo”. Savelli A. (eds.): Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell’area mediterranea, Milano, Franco Angeli, 285-306.
- DISTRETTO PRODUTTIVO DELLA NAUTICA PUGLIESE. Programma di Sviluppo del Distretto Produttivo della Nautica Pugliese.
- ESCUADERO GÓMEZ, L. A. (2005): “O Valor da imaxe: un determinante para os destinos turísticos”. Santos Solla, X. (coord.): Galicia en cartel. A imaxe de Galicia na cartelería turística, Santiago de Compostela, Servicio de Publicación e Intercambio Científico, Universidad de Santiago de Compostela, pp. 63-78.
- ESTEBAN CHAPAPRÍA, V. (1998): Náutica de recreo y turismo en el Mediterráneo: la Comunidad Valenciana, Editorial Síntesis, Madrid.
- ESTEBAN CHAPAPRÍA, V. (2000): “El planeamiento de infraestructuras para el turismo náutico”. Cuadernos de Turismo, 6: 29-44.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (2009): European Tourism in 2009: Trends & Prospects, Quarterly Report (Q1/2009), Bruselas, ETC Market Intelligence Report.
- JUDD, R. D. (2003): “El Turismo urbano y la geografía de la ciudad”. Revista Eure, Vol. XXIX, 87:51-62.
- FERRADÁS CARRASCO, S. (2001): “La Relevancia del Turismo náutico en la oferta Turística”. Cuadernos de Turismo, 7:67-80.
- FERRADÁS CARRASCO, S. (2002): “El turismo náutico en el Mediterráneo”. Cuadernos de Turismo, 9:19-32.
- FONT, X. (2002): “Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects”. Tourism Management, 23:107-205.
- LOPEZ, L. (2010): “Benchmarking y su Aplicación al Turismo”. Tékhne, 14:163-180.
- MARTÍN PÉREZ, F. J. (1996): “Criterios de metodología dentro de la gestión de un club náutico”. Actas del 1º Congreso Náutico Deportivo de Galicia. Federación Gallega de Vela, 153-169.
- MARTÍN PÉREZ, F. J. (1999): “Gestión empresarial y profesionalización de las instalaciones náuticas de recreo”. En Esteban, V. (coord.): Puertos Deportivos y Clubs Náuticos: Una oferta turística diferenciada. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia, Servicios de Publicaciones.
- MINISTERO DELLE INFRASTRUTTURE E DEI TRASPORTI. Il Diporto Nautico in Italia. Anno 2006. Dipartimento per i Trasporti Aereo, Marittimo per gli Affari Generale, il personale e i Servizi Formativi. Direzione Generale per i Sistemi Informativi. Sistema Statistico Nazionale.

MINISTERO DELLE INFRASTRUTTURE E DEI TRASPORTI. Il Diporto Nautico in Italia. Anno 2007. Dipartimento per i Trasporti Aereo, Marittimo per gli Affari Generale, il personale e i Servizi Formativi. Direzione Generale per i Sistemi Informativi. Sistema Statistico Nazionale.

MINISTERO DELLE INFRASTRUTTURE E DEI TRASPORTI. Il Diporto Nautico in Italia. Anno 2008 Dipartimento per i Trasporti Aereo, Marittimo per gli Affari Generale, il personale e i Servizi Formativi. Direzione Generale per i Sistemi Informativi. Sistema Statistico Nazionale.

MINISTERO DELLE INFRASTRUTTURE E DEI TRASPORTI. Il Diporto Nautico in Italia. Anno 2009. Dipartimento per i Trasporti Aereo, Marittimo per gli Affari Generale, il personale e i Servizi Formativi. Direzione Generale per i Sistemi Informativi. Sistema Statistico Nazionale.

MIOSSEC, J. (1991): "L'Immagine Turistica". Ierace, I. (coord.): La Regione Turistica, Padova, CEDAM, 15-31.

MONTANER, M. (1996): Estructura del Mercado Turístico, Madrid, Sintesis.

OSSERVATORIO NAUTICO NAZIONALE (2010): Rapporto sul Turismo Nautico, n. 2. Anno 2010. Provincia di Genova, UCINA Confindustria Nautica, Accademia Italiana Marina Mercantile, Università degli Studi di Genova, CERIST-DIEM, con el patrocinio del Ministro de Turismo.

RAFFESTIN, C. (1991): "Natura e Cultura del Luogo Turistico". Ierace, I. (coord.): La Regione Turistica. Padova, CEDAM, 1-14.

REGIONE PUGLIA: Legge Regionale, 3 Agosto 2007, n. 23. "Promozione e riconoscimento dei distretti produttivi".

SMITH, C. Y JENNER, P. (1988): "Tourism Industry and the Environment". Government Departments, NTAs and trade organizations.

TINACCI MOSELLO, M. (1990): Geografia Economica, Il Mulino, Bologna.

TURESPAÑA. Instituto de Turismo de España (1998): "El turismo náutico en España". 7º Symposium sobre Puertos Deportivos, Gijón 13 a 15 de Mayo 1998, GMM Consultores Turísticos, S. L. Estudio.

WORLD ECONOMIC FORUM (2009): The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Disponible en: <http://www.weforum.org/documents/TTCR09/index.html>.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

www.aci.it

<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>

www.desarrollosostenible.wordpress.com

www.ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/

[www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/01/102&format=HTML&aged=0
&language=ES&guiLanguage=en](http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/01/102&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=en)

www.greenglobe.org

www.mit.gov.it

www.regione.puglia.it

www.sistema.puglia.it

www.ucina.net

www.unep.org

www.unwto.org

www.viaggiareinpuglia.it

www.weforum.org

www.wto.org