

El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española

F. LÓPEZ PALOMEQUE, X. FONT URGELL y J. ROMERO TORRES

F. López Palomeque; Universidad de Barcelona, lopez.palomeque@ub.edu; X. Font Urgell; Universidad de Barcelona; xfontu@ub.edu; J. Romero Torres; Universidad de Barcelona; jromerotorres@ub.edu

López Palomeque, F., Font Urgell, X. y Romero Torres, J. 2016. El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española. In: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 293-303. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. En esta comunicación se presentan los primeros resultados de un estudio específico sobre el papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del ecoturismo en los destinos de montaña españoles. Los resultados permiten verificar la hipótesis sobre el protagonismo estructural de la gestión pública del turismo en la montaña española y, a su vez, refuerzan las evidencias que avalan la aportación del ecoturismo a los procesos de renovación turística de las áreas de montaña españolas en la última década. En relación con la metodología, dos referencias de interés: el estudio se ha centrado en el análisis de las características e implementación de los instrumentos de fomento y planificación en los últimos quince años, principalmente, con el propósito de constatar el cambio implícito en el planteamiento inicial del estudio; y, por otra parte, el análisis contempla los distintos niveles de gestión pública (administración central y administración regional).

Palabras clave: España, montaña, ecoturismo, gestión pública, planificación turística.

Introducción

La montaña española constituye un escenario en el que se manifiestan diversos tipos de turismo, siendo uno de ellos el turismo de naturaleza, al que se asocia de manera explícita. Entre las distintas modalidades de turismo de naturaleza sobresale el ecoturismo, que comprende a su vez diversas actividades turísticas. En España, determinados destinos turísticos de montaña y determinados productos específicos han completado la primera fase de desarrollo, centrándose en la

puesta en valor de sus recursos y en la promoción hacia mercados domésticos. No obstante, en la última década, debido a su propia evolución y a las nuevas dinámicas del mercado turístico a distintas escalas, han sufrido un cambio significativo, dando paso a situaciones muy diversas de mantenimiento de la actividad o de declive, según los casos, con la necesaria movilización de los actores públicos. El ecoturismo constituye una modalidad turística que en los últimos diez años se ha reforzado, fruto de la dinámica de la demanda y de las respuestas de los actores públicos y privados.

En esta comunicación se presentan los primeros resultados de un estudio específico sobre el papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del ecoturismo en los destinos de montaña españoles, realizado en el contexto del Proyecto de investigación sobre la renovación de la montaña española como escenario turístico (1). El marco institucional es más amplio y se ha conformado en torno al estudio de la gestión pública del turismo, en particular en los espacios de interior y de montaña. En este sentido, los contenidos específicos de esta comunicación se suman a aportaciones anteriores sobre dicha línea de investigación (LÓPEZ PALOMEQUE, 2012).

El propósito de esta comunicación, que se explicita claramente en su título, es aportar los primeros resultados del análisis y caracterización de la nueva normativa y nuevos planes sobre el turismo de naturaleza y sobre el ecoturismo. La interpretación de sus resultados se alinea con la argumentación o hipótesis sobre el papel relevante de la administración pública en el fomento y desarrollo del turismo en todo el territorio, y también en las zonas de montaña, a través de sus distintos roles.

Los resultados que se aportan en esta ocasión, preliminares y seleccionados para su adaptación al formato y dimensión de la comunicación, permiten verificar la argumentación sobre el protagonismo estructural de la gestión pública del turismo en la montaña española. En relación con la metodología, dos referencias de interés: a) el estudio se ha centrado en el análisis y caracterización de los instrumentos de fomento y planificación en los últimos quince años, principalmente, con el propósito de constatar el cambio implícito en el planteamiento de las premisas del estudio. En este texto se presenta una breve caracterización de dos planes significativos. Por lo tanto, se aborda el análisis de documentos (motivos, estructura, objetivos, etc.) más que la valoración de su implementación puesto que en general, dada la fechas recientes de su publicación, aún no hay evidencias y contrastes para una verificación de su desarrollo y despliegue; y b) el análisis contempla los distintos niveles de gestión pública, principalmente la administración central y administración autonómica.

La estructura de esta comunicación contempla, además de este primer apartado de Introducción, un segundo dedicado a la relación entre administración pública y gestión de destinos turísticos (como referencia básica e ineludible del marco fenomenológico e institucional). El siguiente apartado se dedica al análisis y caracterización de los dos planes seleccionados, dado el formato de esta comunicación, uno de ámbito estatal y otro de ámbito autonómico. Finalmente, en las Consideraciones finales se sistematiza y valora el alcance del protagonismo de la administración pública (particularmente la central y autonómica) en el fomento reciente del turismo de naturaleza y del ecoturismo, a través de la redacción de la normativa específica y del diseño de planes.

Montaña, administración pública y gestión de destinos

Los fundamentos del turismo de montaña son diversos y en la fase más reciente de su desarrollo se constata que el turismo de montaña se ha consolidado en el marco de una sociedad en la que el ocio y los viajes constituyen un componente que ha alcanzado categoría de necesidad básica. En los últimos años se observa una creciente valoración social de la naturaleza; una búsqueda de una recreación alternativa al medio urbano y al litoral urbanizado y, además, se observa la generalización de una conciencia ambiental en la sociedad, apenas existente hace dos décadas. El resultado de estas nuevas ideas y conductas es que la sociedad moderna, fuertemente urbanizada, busca cada vez más el contacto con la naturaleza y con la montaña que se presenta y se idealiza como su máximo exponente (VERA et al, 2013: 159).

En los espacios de interior se constata, en el marco de los procesos territoriales y socioeconómicos de las últimas tres décadas, que el turismo se ha perfilado como uno de los principales factores de desarrollo, si bien no exento de contradicciones (PULIDO FERNÁNDEZ –coord-, 2008; LÓPEZ PALOMEQUE, 2012). La montaña, como espacio heterogéneo y diverso, dispone de una gran variedad y calidad de recursos, algunos de ellos de carácter único en relación con el resto del territorio. La diversidad de recursos presenta niveles de explotación diferentes, pero en conjunto se puede afirmar que las potencialidades son altas y las posibilidades de convertir los recursos en productos se incrementan gracias a la creciente valoración social de los mismos y a la creciente demanda de la actividad turística, incluso en periodos de crisis. Un análisis de sus productos específicos permite identificar hasta seis grupos: el turismo de nieve; el turismo verde y ecoturismo; el turismo cultural; el turismo de deportes y de aventura; turismo de salud y el turismo rural (VERA et al, 2013: 163).

El turismo de naturaleza se basa en el descubrimiento, conocimiento, disfrute activo, aprendizaje, contemplación y descanso en el medio natural. Contempla, a efectos conceptuales, tres modalidades: ecoturismo, turismo activo y turismo de recreo. El ecoturismo se define como aquella modalidad de turismo de naturaleza en la que la motivación principal del usuario es disfrutar activamente, observar y conocer la naturaleza y las expresiones culturales asociadas, de una manera respetuosa con el entorno y las poblaciones locales.

En los procesos de desarrollo del turismo en los espacios de montaña participan diversos actores, destacando el papel de la administración pública a través de sus diferentes mecanismos. Se constata, asimismo, la relación entre desarrollo turístico de los espacios de montaña y la institucionalización de la gestión pública del turismo, estableciéndose finalmente una relación de causa efecto entre ambas circunstancias. El turismo de naturaleza es un sector complejo cuyo desarrollo adecuado precisa de la cooperación entre las administraciones que gestionan el recurso y las administraciones que promocionan e impulsan los servicios turísticos que lo configuran, así como de la colaboración con el sector privado.

En la gestión pública del turismo los objetivos y los medios de las políticas de desarrollo territorial y, en particular, de planificación territorial turística cambian para adaptarse a las nuevas realidades y necesidades (FAYOS-SOLÁ, 2004; VELASCO, 2011). Por lo tanto, la intervención de la administración pública se adapta a las nuevas realidades (se formulan nuevos objetivos y se utilizan nuevos instrumentos), y en los espacios de interior adquiere más relevancia dado el contexto de crisis.

La premisa anterior es aplicable a lo sucedido en España en los últimos diez años, en los espacios de interior (LÓPEZ PALOMEQUE, 2012) y, en particular, en la montaña española, percibida como escenario turístico. La acción de la administración se ha adaptado al contexto de crisis, y se ha orientado hacia el impulso de nuevos productos fundamentados en dos tipos de necesidades: a) la puesta valor de los recursos de alta potencialidad, por su valor intrínseco y por el crecimiento de la demanda, como son el turismo de naturaleza y, específicamente, el ecoturismo; b) la búsqueda de alternativas a los problemas de otros turismos de montaña, en particular con el turismo de nieve (su irregularidad, cambio climático).

Iniciativas de impulso y planificación del turismo de naturaleza y del ecoturismo

Tal como se ha indicado en los apartados anteriores en la última década han aparecido diversas normas y planes sobre la materia de estudio. Dado el formato y la dimensión de este texto, se han seleccionado los dos

que, entendemos, son los más relevantes en relación con los objetivos de la comunicación y claramente representativos para corroborar las premisas de referencia de la misma. Se trata del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020, de ámbito estatal, y el Plan de Fomento del Turismo de Naturaleza en los Espacios Naturales Protegidos de Cataluña 2020, de ámbito autonómico.

Ámbito estatal

El documento más importante en relación con el tema de estudio es el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (MINISTERIO DE PRESIDENCIA, 2014). En el contexto de este plan destacan unos hitos anteriores muy significativos en el ámbito de la conservación de la naturaleza, regulación de usos de los espacios naturales protegidos y aprovechamiento socioeconómico de los recursos.

El Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (2014) se trata de un plan publicado con rango de Real Decreto, y con diversas referencias anteriores (BLANCO, 2006), sobre la materia de espacios naturales protegidos y turismo. El Plan deriva y aparece asociado a otras normativas anteriores. Por una parte, la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, que recoge como principios inspiradores la promoción de la utilización ordenada de los recursos para garantizar el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural; y la integración de los requerimientos de la conservación, uso sostenible, mejora y restauración del patrimonio natural y la biodiversidad en las políticas sectoriales. Por otra parte, de la Ley 42/2007 derivó el Plan estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017. Su lectura permite constatar que la tercera meta del Plan busca “Fomentar la integración de la biodiversidad en las políticas sectoriales” y tiene vinculado el objetivo de “Promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza”. Para el logro de este objetivo se establecen una serie de acciones, entre las que destaca la necesidad de desarrollar un plan sectorial de turismo y biodiversidad. Teniendo en cuenta todo lo anterior y siguiendo el marco fijado en el artículo 14 de la Ley 42/2007, se ha elaborado el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad que se aprobó y publicó en 2014.

La meta de este Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad es poner en valor la biodiversidad de España para impulsar el turismo de naturaleza como actividad económica generadora de empleo, asegurando siempre la correcta conservación de los valores naturales del territorio. Este Plan Sectorial se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto del sector público como del privado, en el turismo de naturaleza y la conservación de la biodiversidad.

El Plan sectorial, elaborado conjuntamente entre el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y en el que también han participado las comunidades autónomas, a través de la Comisión Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, de la Conferencia Sectorial de Medio Ambiente y de la Mesa de Directores Generales de Turismo, se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto del sector público como del privado, en el turismo de naturaleza y en la conservación de la biodiversidad.

Además del contexto normativo en materia de conservación y gestión de espacios naturales, cabe recordar que España ha contado con diversos planes turísticos de ámbito estatal, con planteamiento general, transversal e instrumental que también se han proyectado sobre los productos (turismo de naturaleza y ecoturismo) y destinos de montaña.

Tabla 1.- Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad

OBJETIVO	ACCIONES
1. Promover la configuración de destinos y productos de turismo de naturaleza sostenible.	1.1. Desarrollar un sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 poniendo en valor el capital natural como fuente de ingresos y generador de empleo. 1.2. Impulsar iniciativas solventes relacionadas con el reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza. 1.3. Promover la confluencia de iniciativas que reconozcan la sostenibilidad del turismo de naturaleza en España.
2. Impulsar y promocionar un producto de ecoturismo en España que incorpore a la Red Natura 2000.	2.1 Promocionar el turismo de naturaleza reconocido como sostenible. 2.2 Facilitar información adecuada sobre la biodiversidad española para la promoción del turismo de naturaleza. 2.3. Desarrollar herramientas tecnológicas para la divulgación y la promoción del turismo de naturaleza en España.
3. Mejorar la consideración de la biodiversidad en las actividades de turismo de naturaleza.	3.1 Identificar y desarrollar buenas prácticas en relación con la biodiversidad para actividades de turismo de naturaleza. 3.2 Fomentar la aplicación de buenas prácticas en relación con la biodiversidad en la realización de actividades de turismo de naturaleza.
4. Mejorar los conocimientos, la información y la formación	4.1 Obtener información sobre turismo de naturaleza y biodiversidad.

relacionados con el turismo de naturaleza.	4.2 Establecer programas de formación en materia de turismo de naturaleza.
--	--

Fuente: MINISTERIO DE PRESIDENCIA (2014)

Cabe hacer mención, a partir del 2000, del Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (PICTE) (2000); del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2007); del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT) (2013) y del Plan Integral de Turismo Rural 2014 (2014).

Como primera nota valorativa del Plan cabe indicar que contempla cuatro objetivos cuyos enunciados son significativos de su finalidad (promover, impulsar, mejorar,...) (ver Tabla 1). Para cumplir los cuatro objetivos se formula un total de diez acciones. En la descripción de las mismas es recurrente la referencia al término “sostenible” o “sostenibilidad”, y también a “buenas prácticas”.

Ámbito autonómico

Desde los años ochenta del siglo XX las comunidades autónomas se ha dotado de planes de turismo, en distintos momentos y con diversos enfoques, como instrumentos de gestión y planificación pública del turismo. Este proceso ha constituido una respuesta a las necesidades de ordenación y planificación turística en sus territorios. En algunos casos ya se cuenta con varias generaciones de planes.

Catalunya, que fue pionera al realizar en 1980 el primer libro blanco del turismo (*Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, 1983) no redactó su primer plan de turismo de ámbito regional hasta el año 2005 (LÓPEZ .PALOMEQUE y GARCÍA PASCUAL, 2014). Se trata del Plan Estratégico de Catalunya 2005-2010; y luego le sucedió el Plan Estratégico de Turismo de Catalunya 2013-2016. Una novedad destacada en la evolución de la planificación ha sido la presentación en 2015 del Plan de Fomento del Turismo de Naturaleza en los Espacios Naturales Protegidos de Cataluña 2020, dirigido y redactado por Xavier Cazorla– ELEMENTS-MUNTANYES D’IDEES. Novedad por la materia objeto del plan y novedad por ser el primero de ámbito autonómico en España de esta temática, reflejo del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (2014), de ámbito estatal. El Plan catalán, impulsado de manera conjunta por la Dirección General de Turismo y la Dirección General de Políticas Ambientales, nace con el objetivo de posicionar Catalunya como referente en materia de turismo de naturaleza en la región mediterránea.

La elaboración de este Plan de fomento del turismo de naturaleza y/o ecoturismo en espacios naturales responde a una de las directrices del

Plan estratégico de turismo de Cataluña 2013-2016, que detecta como una oportunidad la puesta en valor de la gran diversidad de recursos naturales y culturales en forma de productos y experiencias turísticas competitivas y

Tabla 2. Estructura y contenido básico del Plan de fomento del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos 2020

<p>DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DAFO. Conclusiones y retos:</p> <p>RECURSOS NATURALES. RETO 1: De ... espacios protegidos frágiles y amenazados a ... patrimonio conservado y valorizado.</p> <p>EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS (PÚBLICOS) DE SOPORTE. RETO 2: De ... Equipamientos insostenibles a ... Servicios optimizados de dinamización turística.</p> <p>GESTIÓN DE LA OFERTA: PRODUCTOS Y PROVEEDORES. RETO 3: De ... Sector con potencialidad a ... Sector consolidado y responsable.</p> <p>GESTIÓN DE LA DEMANDA: PROMOCIÓN, MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN. RETO 4: De ... Cataluña tiene naturaleza en ... Cataluña ES naturaleza</p> <p>HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL TURISMO DE NATURALEZA. RETO 5: De ... Sector poco planificado ..., herramientas transversales y coordinadas e información de calidad.</p> <p>AGENTES IMPLICADOS EN EL TURISMO DE NATURALEZA A ENP: MARCOS DE COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN. RETO 6: ..., competencia entre microempresas ..., en clúster de empresas competitivas y en red.</p> <p><u>PLAN DE ACCIÓN.</u> Los seis retos se han abordado con seis objetivos/ejes de acción:</p> <p>OBJETIVO 1.- Favorecer un uso turístico sostenible y responsable de los recursos naturales y culturales empleados por el turismo de naturaleza. Mapa de los 50 recursos naturales y los 25 destinos top para la práctica del ecoturismo en Cataluña,</p> <p>OBJETIVO 2.- Optimizar las infraestructuras, equipamientos y servicios públicos de los ENP empleados para el turismo de naturaleza:</p> <p>OBJETIVO 3.- Consolidar una oferta diversa y competitiva con proveedores corresponsables y de calidad.</p> <p>OBJETIVO 4.- Atraer la demanda creciente de turismo de naturaleza, tanto nacional como internacional, con una estrategia integral y diferenciada de comunicación y promoción.</p> <p>OBJETIVO 5.- Innovar y hacer más transversal la planificación del turismo de naturaleza y garantizar un seguimiento adecuado.</p> <p>OBJETIVO 6.- Fomentar marcos de colaboración estables y efectivos entre agentes públicos y privados que aglutinen y refuercen el sector del turismo de naturaleza.</p>

Fuente: CAZORLA (2015)

sostenibles. Por todo ello, el Plan realizado permitirá disponer de una estrategia que posicione Catalunya como un referente del turismo de naturaleza y que sirva de punto de partida para trabajar conjuntamente con agentes del territorio que ayuden a dinamizar los diferentes espacios naturales catalanes desarrollando diferentes productos turísticos en sus ámbitos.

El modelo de gestión del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos (ENP) de Catalunya está fundamentado en cinco principios básicos: 1) Contribuye a conservar el patrimonio; 2) Mejora el desarrollo local (y la creación de empleo estable en las áreas rurales); 3) Ofrece una experiencia de alta calidad a los visitantes; 4) Atrae a un visitante (cercano y lejano) interesado en los valores naturales de los ENP y la cultura; 5) Fomenta la cooperación entre los gestores de los ENP y el sector turístico.

Como primera valoración del Plan interesa señalar que tanto el sector público (en particular la administración local y comarcal) como el sector privado esperaban desde hacía algún tiempo esta normativa, que ha sido bien recibida. No obstante, se critica que el plan está muy pensado para los espacios naturales protegidos gestionados por la Generalitat y, en menor medida, en los gestionados por otras administraciones, como la Diputación de Barcelona. Finalmente, señalar que por la fecha de publicación (2015) no es posible realizar aún un balance y valoración de su desarrollo e implementación.

Consideraciones finales

En esta ocasión el análisis de las iniciativas públicas sobre el fomento y la planificación de la montaña española se ha centrado en materias “sectoriales” (turismo de naturaleza, ecoturismo), que se proyectan asimismo sobre otros entornos geográficos, además de las zonas de montaña. Por lo tanto, los planes analizados son evidencias del papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del turismo de naturaleza y, en concreto, del ecoturismo en todo el territorio español, no exclusivamente las zonas de montaña, pero sí principalmente sobre la montaña, por su singularidad y atributos geográficos y por la estrecha asociación entre los términos “naturaleza” y “ecoturismo” con los espacios de montaña.

En relación con el propósito del estudio y con las premisas formuladas en la Introducción, los dos planes analizados redactados por la administración pública sobre el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española son evidencias claras del rol destacado de los actores públicos en el impulso del ecoturismo y su planificación. Estos dos planes (a nivel estatal y a nivel autonómico) no surgen de manera aislada sino que

son fruto de unas referencias anteriores, iniciada con el milenio y que como tendencia supone la explicitación por actualizar las normativas sobre los espacios naturales, incluyendo la regulación de usos y el aprovechamiento productivo de los recursos y la propia frecuentación de los espacios naturales.

En este proceso han participado tanto la administración central como la autonómica, en ocasiones cooperando y de manera coordinada. Precisamente, la novedad en los últimos años es la coordinación entre ministerios (más allá del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente) y la cooperación con las comunidades autónomas. También se observa que los dos planes analizados contemplan un papel destacado del sector privado, como actor específico o en colaboración con la administración, para la consecución de los objetivos. Asimismo, los principios y las propuestas de los planes tendrán un efecto arrastre, una llamada a la implicación para otros actores (otras administraciones y el sector privado).

Con un enfoque crítico cabe añadir dos consideraciones: Por una parte, recordar que la respuesta en el ámbito de la administración central, con la publicación del Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020, puede entenderse como un punto final o una salida al proceso de años anteriores dedicados a la redacción de la nueva Ley de Parques Nacionales, cuyo debate llegó a los medios de comunicación, y que incluso el Consejo de Estado redactó una enmienda por invasión de competencia y por detectar aspectos inconstitucionales. Entre otras cuestiones, el proyecto de ley contemplaba usos turísticos en los parques nacionales, lo que provocó que los medios hablasen de que con ello empezaba el negocio en los parques nacionales.

Por otra parte, como síntesis de las críticas que ha recibido el plan estatal, se ha afirmado que el Plan Sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad tiene como objetivo promocionar el turismo en los espacios naturales protegidos a pesar de que, según la legislación, debería estar centrado en lograr que el sector turístico respete la conservación de la naturaleza. Por otro lado, llama la atención que el plan no incorpore ninguna medida concreta para lograr que dicho turismo sea lo más sostenible posible. Por el contrario, los críticos interpretan el plan como un instrumento que posibilitará la masificación del turismo de naturaleza, especialmente en espacios protegidos, que responde al objetivo de generar beneficios económicos, que ni siquiera serán luego utilizados para conservar dichos espacios. Las consecuencias que puede tener la aplicación de este plan son justo las contrarias de las que se pretendía con la elaboración de planes sectoriales: lograr que el desarrollo turístico tenga en cuenta la conservación de la naturaleza.

Bibliografía y documentación citada

- BLANCO PORTILLO, R. (2006): “El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso”, *Estudios Turísticos*, 169-170, 7-38
- CAZORLA, X. (2015): *Plan de fomento del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos 2020*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- FAYOS-SOLÀ, E. (2004): “Política Turística en la Era de la Globalización”, en J. Auriol (coord.): *Las nuevas formas de turismo*. Almería: Cajamar. 215-232.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2012): “Nuevas dinámicas turísticas y Nuevos retos en los espacios de interior”, en López Olivares (Ed.), *La diferenciación y segmentación de los mercados en los destinos turísticos*. Valencia: Editorial Tirant lo Blanc. 125- 138.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. y GARCÍA PASCUAL, F. (2014): “Política Turística y desarrollo del turismo en los espacios de interior de Catalunya”, en Olcina, J. y Rico, A. (Coords.), *Libro Jubilar en Homenaje al profesor Antonio Gil Olcina*, Alicante: Universidad de Alicante. 1249-1266.
- MINISTERIO DE PRESIDENCIA (2014): *Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020* (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-6432).
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. –coord.- (2008). *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*. Editorial Síntesis, Madrid.
- VELASCO GONZÁLEZ, M^a. (2011): “La política turística. Un área de acción autónoma”, *Cuadernos de Turismo*, 27, 953-969.
- VERA REBOLLO, F. (Coord.) et al. (2013): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Editorial Tirant Humanidades, Valencia.

Notas

- (1) La presente comunicación se inscribe en las líneas de investigación del Proyecto CSO2014-59660-P, titulado “La renovación turística de la montaña española: análisis, evaluación y prospectiva de destinos turísticos”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad; y, a su vez, el trabajo de investigación se desarrolla en el marco del Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional, 2014SGR425, Generalitat de Catalunya