



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Murcia: imprescindible avanzar hacia la sostenibilidad y la
diversificación en un destino maduro. La complementariedad
del turismo de naturaleza**

Presentado por Virginia García García

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, 18 de junio de 2020

ÍNDICE

| | |
|------------------------------------|-----|
| INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN | 7-8 |
|------------------------------------|-----|

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO. INTRODUCCIÓN A LA SOSTENIBILIDAD

| | |
|--|-------|
| 1.1. Hacia un Nuevo Modelo de Desarrollo: el Turismo Sostenible | 10-13 |
| 1.2. El Turismo de Naturaleza: Turismo Sostenible y Experiencial | 14-16 |
| 1.3. Eficiencia de las Certificaciones: ¿hacia dónde hemos avanzado? | 16-18 |
| 1.4. Imagen de destino. Transparencia y Diversificación como pilares | 18-21 |
| 1.5. Estudio de demanda. Motivaciones como clave del éxito | 21-25 |
| 1.6. Gobernanza: ¿aplicación práctica? | 25-28 |
| 1.7. Turismo Smart. Un nexo de unión con la Sostenibilidad | 28-29 |

CAPÍTULO 2

ESTADO DE LA CUESTIÓN. ENTRAMOS EN EL TURISMO SOSTENIBLE

| | |
|---|-------|
| 2.1. Acciones desarrolladas a nivel internacional, nacional y local | 32-36 |
| 2.2. Decálogo de buenas prácticas para emprendedores en el sector | 36-40 |
| 2.3. El avance de las Certificaciones: el caso NACIONAL | 40-43 |
| 2.4. Aumento del Perfil ecoturista en España (siglo XXI) | 43-44 |
| 2.5. Oferta Ecoturística: establecimientos adheridos y actividades | 44-47 |
| 2.6. Club de Ecoturismo España. Avanzando cada vez más | 47-49 |
| 2.7. Turismo Smart. Aplicación Práctica | 50-52 |

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO ¿CÓMO LO CONSEGUIMOS?

| | |
|---|--------------|
| 3.1. Objetivos de la investigación | 54 |
| 3.2. Preguntas de investigación | 55 |
| 3.3. Técnicas de investigación | 55-56 |

CAPÍTULO 4

ESTUDIO DE CASO. HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y DIVERSIFICACIÓN EN LA REGIÓN DE MURCIA

| | |
|--|--------------|
| 4.1. Estudio del Patrimonio Turístico: infravaloración del potencial patrimonial | 58-61 |
| 4.2. Estudio de la Oferta: acciones insuficientes para avanzar en la sostenibilidad | 61-66 |
| 4.2.1. Empresas de turismo. Diversidad de productos ofertados | 61-63 |
| 4.2.2. Heterogeneidad de alojamientos pero con escasas certificaciones | 63-64 |
| 4.2.3. Ausencia de Km0 en restauración..... | 65-66 |
| 4.3. Análisis de la Demanda turística: ¿perfil turístico del siglo XXI? | 66-69 |
| 4.4. Estudio de la Imagen de Destino. Del turismo tradicional de sol y playa al turismo no estacional | 69-75 |
| 4.4.1. Complementariedad y diversificación de la imagen de sol y playa | 70-71 |
| 4.4.2. Imagen que transmiten el turismo smart y el gastronómico..... | 71-72 |
| 4.4.3. Promoción de la imagen de destino y el énfasis de las redes sociales | 72-75 |
| 4.5. Las Administraciones Públicas y su marco institucional: sostenibilidad en la planificación y gestión pero escasa en las actuaciones realizadas y proyectadas | 75-84 |
| 4.5.1. Estudio de la planificación de la Región de Murcia..... | 75-78 |
| 4.5.2. Grado de certificaciones institucionales y privadas | 78-79 |
| 4.5.3. Modalidades de acuerdos y proyectos integrados | 79-81 |
| 4.5.4. Actuaciones en base a turismo complementarios | 81-84 |
| • Turismo industrial | 81-82 |
| • Turismo smart | 82-83 |
| • Turismo de naturaleza | 83-84 |

| | |
|--|--------------|
| 4.6. Análisis DAFO: un paso hacia la mejora | 84-86 |
|--|--------------|

CAPÍTULO 5

PLAN DE TURISMO DE NATURALEZA SOSTENIBLE 2021-2024 EN LA REGIÓN DE MURCIA

| | |
|--|--------------|
| 5.1. Desarrollo y fundamentos | 88-90 |
|--|--------------|

| | |
|--|--------------|
| 5.2. Planificación y resultados | 90-92 |
|--|--------------|

| | |
|---------------------------|--------------|
| CONCLUSIONES | 93-95 |
|---------------------------|--------------|

| | |
|---|------------|
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 95- |
|---|------------|

110

| | |
|--|-------------|
| BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA | 110- |
|--|-------------|

113

ANEXO I

| | |
|---|-------------|
| Datos informativos del entorno turístico de la Región de Murcia | 114- |
|---|-------------|

117

ANEXO II

| | |
|---|-------------|
| Datos estadísticos de la Región de Murcia | 118- |
|---|-------------|

120

ANEXO III

| | |
|---|-------------|
| Entrevista a la Oficina de Turismo de la Región de Murcia | 121- |
|---|-------------|

123

ANEXO IV

| | |
|---|-------------|
| Planificación y gestión de la Región de Murcia..... | 124- |
|---|-------------|

129

ANEXO V

| | |
|--|-------------|
| Boceto completo del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024 | 130- |
|--|-------------|

133

ÍNDICE DE FIGURAS, CUADROS Y TABLAS

Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Mapa localizador de Murcia y sus municipios..... | 8 |
| Figura 1.2. Pirámide de Maslow..... | 24 |
| Figura 2.3. ENP adheridos al Club de Ecoturismo..... | 48 |
| Figura 4.4. Clasificación territorios región por tipologías y zonas turísticas | 58 |
| Figura 4.5. Folletos turísticos año 2018 | 72 |

Cuadros

| | |
|--|----|
| Cuadro 1.1. Especificaciones de los niveles de capacidad de carga..... | 13 |
| Cuadro 1.2. Resumen de tipología de certificaciones | 17 |
| Cuadro 1.3. Pensamiento certificaciones siglo XXI..... | 18 |
| Cuadro 1.4. Enfoques de la imagen de destino..... | 19 |
| Cuadro 1.5. Tipos de demanda turística | 22 |
| Cuadro 1.6. Descripción proceso de la Gobernanza..... | 26 |
| Cuadro 1.7. Objetivos que se persiguen con el turismo smart | 29 |
| Cuadro 2.8. Acciones Unión Europea para implemento turismo sostenible | 33 |
| Cuadro 2.9. Actuaciones de carácter nacional (España)..... | 35 |
| Cuadro 2.10. Deliberaciones de autores beneficios de las certificaciones | 41 |
| Cuadro 2.11. Certificaciones de turismo de naturaleza | 42 |
| Cuadro 2.12. Fases CETS con beneficios para los agentes | 43 |
| Cuadro 2.13. Herramientas Club de Ecoturismo España | 48 |
| Cuadro 2.14. Progresos VII Seminario del Club de Ecoturismo España | 49 |
| Cuadro 2.15. Resultados Declaración de Nursultán | 51 |
| Cuadro 2.16. Planes piloto 2012-2015 (ejemplos de buenas prácticas) | 52 |
| Cuadro 4.17. Ejemplos de recursos patrimoniales infrautilizados | 60 |
| Cuadro 4.18. Actividades por tipología comercializadas empresas del sector | 62 |
| Cuadro 4.19. Actuaciones turismo gastronómico sostenible..... | 66 |
| Cuadro 4.20. Evolución de viajeros por temporada | 67 |
| Cuadro 4.21. Variación viajeros y afluencia comunidades entre 2018-2019..... | 68 |
| Cuadro 4.22. Actividades diversificación del turismo por tipologías | 70 |

| | |
|---|----|
| Cuadro 4.23. Evaluación medidas establecidas sostenibilidad siglo XXI..... | 76 |
| Cuadro 4.24. Resolución objetivos Plan Estratégico de Turismo 2020-2030 | 78 |
| Cuadro 4.25. Historia Consorcio Marina de Cope | 80 |
| Cuadro 4.26. Actuaciones Proyectos Integrados Comunidad de Murcia | 81 |
| Cuadro 4.27. Actuación proyecto unión jardines emblemáticos | 82 |
| Cuadro 4.28. Actuaciones carácter sostenible Parque Regional Calblanque | 84 |
| Cuadro 5.29. Metas Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024 | 88 |
| Cuadro 5.30. Objetivos Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024 | 89 |
| Cuadro 5.31. Líneas Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024 | 89 |
| Cuadro 5.32. Estrategias Plan Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024 | 90 |
| Cuadro 5.33. Resumen con líneas y actuaciones del proyecto | 91 |

Tablas

| | |
|---|-------|
| Tabla 1.1. Impactos del turismo tradicional de masas..... | 11 |
| Tabla 1.2. Comparación turismo de masas con el turismo alternativo | 12 |
| Tabla 1.3. Factores de Demanda | 24 |
| Tabla 1.4. Gobernabilidad del turismo | 26-27 |
| Tabla 2.5. BB.PP Turismo de Naturaleza Sostenible (Internacionales)..... | 36-37 |
| Tabla 2.6. BB.PP Turismo de Naturaleza Sostenible (Nacionales)..... | 38-39 |
| Tabla 2.7. Perfil de demanda ecoturística..... | 43-44 |
| Tabla 2.8. Encuesta empresas actividades adheridas Club de Ecoturismo..... | 45 |
| Tabla 2.9. Encuesta empresas alojamiento adheridas Club de Ecoturismo..... | 45-46 |
| Tabla 2.10. Encuesta empresas aloj. y activ. adheridas Club de Ecoturismo..... | 46 |
| Tabla 4.11. Perfil de demanda turística Región de Murcia | 67-68 |
| Tabla 4.12. Perfil de turista rural y de naturaleza..... | 69 |
| Tabla 4.13. Análisis principales cuentas Redes Sociales Región de Murcia..... | 73-74 |
| Tabla 4.14. Planes de turismo de la Región de Murcia | 75 |
| Tabla 4.15. Proyectos de carácter sostenible en la Región de Murcia | 75 |
| Tabla 4.16. Actuaciones turismo industrial y smart (último tercio siglo XX) | 83 |
| Tabla 4.17. Análisis DAFO | 84-85 |

“Sé que fue grande el esfuerzo, pero ¿qué se consigue gratuitamente y qué significaría el arte si se consiguiera sin esfuerzo?”

-Konstantin Sergejevich Stanislavski

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocará en el estudio del territorio de Murcia como futuro escenario para la creación de un modelo de **Turismo de Naturaleza Sostenible**. Ya que debido a los impactos del cambio climático y al peso en los mismos del turismo de masas, nos parece urgente avanzar hacia el **turismo sostenible**, un nuevo modelo responsable con y para el medio, además de duradero para las generaciones futuras.

Como se podrá observar en el informe, el turismo sostenible es transversal a todas las tipologías de turismo, aunque a veces se confunde con ecoturismo o turismo de naturaleza. Incluye, por supuesto, la accesibilidad (o turismo para todos, como ahora se denomina), por lo que asumimos aquí que es un concepto holístico, un enfoque, un nuevo paradigma de desarrollo turístico. Comprobamos que en el siglo XXI, los principios de gobernanza, la certificación en destinos, la aparición del turismo smart y la ruptura con una imagen genérica de destino, están a la orden del día y son fundamentales. Por ello, en primer lugar, veremos una imagen panorámica en el capítulo 1 con las ideas generales para abordar el tema y una conceptualización básica de turismo sostenible. Después de esta primera visión del contenido, en el capítulo 2 introduciremos ideas más específicas y daremos a conocer ejemplos de buenas prácticas eficaces para aplicar en otros territorios. Posteriormente, en el capítulo 3 contaremos de forma breve la metodología que hemos seguido, y aquellas preguntas y objetivos que tenemos pensado conseguir y alcanzar con la investigación realizada. En el capítulo 4 de análisis de caso explicaremos en su conjunto nuestro territorio objeto de estudio, para concluir con un análisis de diagnóstico, en nuestro caso: un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) para después finalizar en el capítulo 5 con una propuesta de **Turismo de Naturaleza Sostenible en la Región de Murcia**. Finaliza con las conclusiones de la investigación, referencias bibliográficas utilizadas durante ésta, y los anexos manejados, que podremos ver al final del trabajo.

Por último, destacar que la **elección del territorio** así como el **tema elegido**, se justifica en el interés por conocer la región en su totalidad y su situación actual en torno a *Turismo Sostenible*, centrándonos principalmente en el turismo de naturaleza y todas las variantes que lo engloban, del mismo modo que su relación con el turismo experiencial o naranja en cuanto a sus principios básicos metodológicos y aquellos en los que se basa la sostenibilidad.

Así pues, en este trabajo además de combinar de manera práctica todas las herramientas conseguidas en el título para realizar una buena investigación, plasmaré las acciones que están llevando a cabo las administraciones públicas, el Sector Privado, la Sociedad Civil y la población local, para poder conseguir el nuevo modelo por el que se apuesta. Al mismo tiempo que propondré otras actuaciones para mejorar y hacer más funcionales y medioambientales los tipos de turismo que posee la Región de Murcia, enfocándome en el **Turismo de Naturaleza Sostenible** que están persiguiendo en la actualidad; y con el cual quieren cambiar su imagen de destino tan enfocada en el turismo de sol y playa por una más amplia en la que se experimenten las distintas actividades que se pueden realizar en la región y por supuesto abandonar la pasividad. Es decir, incluir al turista en los escenarios para dejar de ser un espectador y pasar a ser el protagonista de esta aventura.



Figura 1. Mapa localizador de la Región de Murcia y sus municipios

Fuente: <https://www.google.com/search?q=region+Murcia>

CAPITULO 1
MARCO TEÓRICO. INTRODUCCIÓN A LA
SOSTENIBILIDAD

1.1. Hacia un Nuevo Modelo de Desarrollo: el Turismo Sostenible

El **nuevo modelo turístico** o modelo de turismo sostenible tuvo sus primeras bases en los años 90 para intentar diversificar el turismo del modelo tradicional de masas. Sin embargo, no ha sido hasta el siglo XXI en el que se ha comenzado a desarrollar completamente. Es un tipo de turismo que además de querer reducir los efectos negativos y potenciar los impactos positivos que conlleva el turismo -ya que degrada en el tiempo y en el espacio-; [...] persigue el mantenimiento de su actividad en el presente pero sin limitar a las generaciones futuras (Sancho, 1998, p.204). Si nos apoyamos en el Informe Brundtland (1987) en el cual surgió el concepto de sostenibilidad y en el posterior estudio encargado por la Organización Mundial del Turismo (1999) definió a esta tipología de turismo como:

Aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro, concibiéndose como una forma de gestión de los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas a la vez que se conservan la integridad, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida. (Marchena, Vera, Fernández y Santos, 1999, p.18).

Además, fijándonos en la reflexión del autor del artículo “La intervención administrativa en el turismo y el impacto de sus normativas en las políticas turísticas” (Cantos, 2014), afirma que “el grado de madurez alcanzado por estos destinos turísticos adscritos al denominado modelo turístico de sol y playa masivo, aconseja implementar importantes procesos de reestructuración para afrontar los retos de la competitividad y sostenibilidad futura de la actividad”. (p. 485). Conforme a su reflexión, vamos observando que gracias a la conciencia de los nuevos segmentos surgidos de turistas, de las instituciones y de las asociaciones empresariales se ha conseguido ir dejando a tras ese turismo tradicional de masas; ocasionado, en su mayoría, por una mala gestión y planificación del medio, así como del patrimonio natural del destino, para pasar al nuevo modelo, un **turismo sostenible para todos**.

El turismo, no solo genera efectos negativos sino también positivos sí se ejecuta de manera responsable: se puede generar riqueza económica, una distribución equitativa de

la renta, conservación del patrimonio y puesta en valor de recursos, además del desarrollo de las comunidades locales, es decir, lo que se conoce por *Turismo Rural Comunitario* incluido en los “Objetivos de Desarrollo Sostenible” (UNWTO, 2016). En la presente tabla, veremos los principales impactos negativos (económicos, socio-culturales y ambientales) que genera el tradicional modelo de turismo.

Tabla 1.1. *Impactos del turismo tradicional de masas*

| TIPOLOGÍA | IMPACTOS |
|------------------------|--|
| Económicos | 1.- Desarrollo del sector turístico 2.- Desarrollo de otros sectores 3.- Redistribución de la renta 4.- Efectos sobre el empleo (trabajos precarios) 5.- Generación de rentas fiscales 6.- Construcción masiva de infraestructuras 7.- Repatriación de beneficios 8.- Impuestos turísticos (city tax) |
| Socioculturales | 1.- Relaciones entre turistas y residentes 2.- Rehabilitación, Restauración y Conservación del patrimonio turístico 3.- Promoción de la interculturalidad 4.- Tensiones sociales (barreras de entrada) 5.- Desculturización del destino turístico 6.- Empoderamiento de las clases altas |
| Ambientales | 1.- Contaminación a nivel general 2.- Devastación del paisaje 3.- Cambios en la Biodiversidad 4.- Excesivo consumo de recursos naturales 5.- Aumento de la capacidad de carga (genera turismo fobia) |

Fuente: elaboración propia a partir de *Quintero, 2004*

Por otro lado, en la tabla que encontraremos a continuación, se analizará una comparación entre el modelo tradicional de masas y el turismo alternativo. El **turismo tradicional**, es un modelo que mira por los beneficios a corto plazo, con una marcada estacionalidad, una capacidad de carga elevada y una escasa Gobernanza (Plan 2020 del Turismo Español, 2007). Contribuyendo a los cambios que se van apreciando en la demanda y los efectos tan negativos que produce, ha visto la luz **un modelo alternativo**. Un nuevo modelo que vela por el respeto del medio ambiente, donde la diversificación de actividades y la generación de experiencias están a la orden del día. De acuerdo con los principios de “La Carta Mundial de Turismo Sostenible” (2015), [...] apuesta por el respeto de la capacidad de carga, controlada con una buena gestión y

planificación de la mano de todos los agentes implicados (Administraciones Públicas, Empresarios, Sociedad Civil y Ciudadanos), hablamos de Gobernanza. De igual manera, lucha por un turismo inclusivo y para todos, la base del **turismo sostenible** que se quiere conseguir. También evitará reacciones negativas como la turismo fobia, ya que se proporciona un turismo de calidad que evita masificaciones. En el nuevo modelo se busca el reparto equitativo de beneficios y la convivencia con las infraestructuras locales. Al igual que una buena formación y un empleo de calidad.

Tabla 1.2 Comparación del turismo de masas con el turismo alternativo

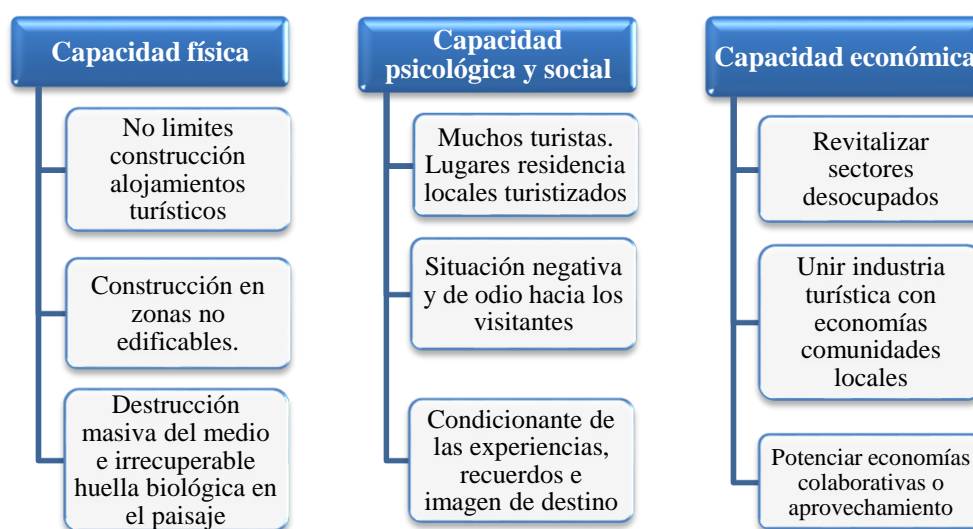
| TURISMO DE MASAS | TURISMO ALTERNATIVO |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Poca cualificación - Salarios bajos y largas jornadas de trabajo - Temporalidad (estacionalidad turística) - Sector dependiente del exterior - Teoría del ciclo de la vida del destino turístico (impacto ecológico) - Construcciones a gran escala - Turismofobia - No gobernanza - Repatriación de beneficios extranjeros - Utilización excesiva de los recursos - Vulnerabilidad e impacto social (ricos + ricos, pobres + pobres) - Destrucción de recursos - Desequilibrios y desigualdades sociales - Turistas pasivos - Excursiones en grandes grupos - Programas de viaje organizados - Modelos obsoletos - No relación entre locales y turistas - Capacidad de carga creciente | <ul style="list-style-type: none"> - Empleados locales con formación - Distribución equitativa de los beneficios - Diversificación - Impulsa otras actividades - Empoderamiento de las comunidades locales - Reducción huella ecológica - No mega proyectos - Turismo de calidad y evita masificación - Gobernanza (gestión y control) - Equilibrio balanza de pagos - Cuida del medio ambiente - Convivencia con infraestructuras locales - Pone en valor recursos locales - Turismo inclusivo y accesible para todos - Turistas activos - Grupos reducidos - Programa de viaje personalizado - Adaptación a los cambios de la demanda - Pone en valor el intercambio cultural - Minimiza la capacidad de carga |

Fuente: elaboración propia a partir de *Carta Mundial de Turismo Sostenible (1995-2015)*

Siendo estos los principios de sostenibilidad en los que se basa el nuevo modelo, introduciremos la definición oficial de turismo sostenible que se basó en la “Carta Mundial de Turismo Sostenible” (1995): “el turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, socio-culturales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Sustainable Development,1995).

A día de hoy, a pesar de ser un concepto tan claro con las características que posee y los objetivos que se propone conseguir; para poder desarrollar este modelo es necesaria la participación activa de todos los agentes implicados, es decir, conseguir la **Gobernanza**. Solo de esta manera, se podrá lograr un turismo inclusivo y sostenible para todos, concienciando a los turistas y fomentando en ellos una actitud responsable cuando practican turismo. Sin embargo, aunque para ello aún queda mucho por hacer y no solo basta con una buena planificación a nivel teórico, sino también práctico. Importante me parece destacar el criterio de la *Organización Mundial del Turismo* (2005) quien requiere la necesidad de introducir en la disposición del turismo unos indicadores esenciales de sostenibilidad pues “constituyen para los gestores de estos lugares un sistema de alerta temprana que avisan de los riesgos potenciales y transmiten señales sobre las medidas posibles que cabe adoptar” (p.14), para lograr que funcione de un modo correcto, con su constante evaluación, seguimiento e introducción de mejoras.

Muy unido al concepto de turismo sostenible tenemos que hablar de la **capacidad de carga** del destino, definida por López Bonilla y López Bonilla (2008) como un concepto que “implica que los lugares turísticos poseen ciertos límites en el volumen y la intensidad que puede soportar una zona geográfica determinada, sin que provoque daños irreparables” (p.129). Ya que un territorio donde existe turismofobia y se intenta atraer turistas para el incremento de la economía sin mirar otros factores, no es un destino sostenible (Villaécija, 19 enero 2020). En base a los cuatro tipos de nivel de saturación quiero destacar como paradigmas más importantes:



Cuadro 1.1. Especificaciones de los niveles de capacidad de carga

Fuente: elaboración propia a partir de (Echamendi, 2001, pp.14-15)

1.2. El Turismo de Naturaleza: Turismo Sostenible y Experiencial

Basándonos en la publicación “Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?”, podemos señalar que [...] aunque el concepto de turismo de naturaleza surgió como tal en el continente europeo a finales del siglo pasado, su antecedente se remonta al *turismo alternativo*. A través del cual surgió el concepto de ecología y de ahí su idea de la relación del hombre con el medio ambiente. Además, gracias al movimiento *HIPPIE* que fomentaba la conexión del hombre con la naturaleza se empezó a desarrollar el concepto de turismo de naturaleza y sus variantes, las cuales veremos posteriormente (Escobedo Hernández, 20 noviembre de 2018).

El **turismo de naturaleza** se define por la *Secretaría de Turismo de México* y por el *Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente de España* como:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SECTUR, 2017, p.6; MITECO, 2017, p.2).

Sin embargo, tenemos que destacar que en España el término de turismo de naturaleza, engloba tres modalidades de turismo que están muy relacionadas entre sí:

El **Ecoturismo** se considera a “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma” (SECTUR, 2007, p.14). De igual manera, se suelen incluir actividades educativas y de interpretación de la fauna, la flora y la geografía. Se suele realizar en grupos pequeños para que genere el menor impacto posible en el medio y contribuye en la protección de zonas naturales, principalmente en la conservación de los recursos naturales y culturales tanto por parte de los visitantes como de los locales (Declaración de Quebec, 2002, pp. 1-2).

El **Turismo activo** se refiere a los viajes que tienen “lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos” (UNWTO, 2019, p.37) [...] para realizar actividades recreativas asociadas a deportes que se pueden hacer en contacto con la naturaleza, presentando en la mayoría de los casos algo de riesgo. Normalmente,

el desarrollo de estas actividades suele ser poco perjudicial para el entorno ambiental, aun así, si este tipo de turismo no se lleva a cabo siempre de manera responsable, generará impactos negativos, y no podrá ser considerado turismo de naturaleza sostenible. Ya que, de acuerdo con el *artículo 3 del Código Ético Mundial del Turismo* expone que:

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras (OMT, 1999, pp.4-5).

El **Turismo rural** son los viajes que tienen como finalidad no solo descansar y relajarse en la naturaleza alojado en una casa rural sino también, realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural “con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (UNWTO, 2019, p.35). El propósito de esta modalidad de turismo de naturaleza es experiencial, entrar en contacto con los modos de vida de las comunidades locales que siguen viviendo en entornos rurales (SECTUR, 2005, p.12). En este caso, el turista no es un visitante pasivo que observe o esté atento a una explicación, sino que se convierte en el verdadero protagonista, formando parte durante unos días de esa comunidad (aprendizaje de elaboración de alimentos, productos artesanales, uso medicinal de la naturaleza, cultivar y cosechar). En definitiva, la base del turismo naranja.

El **turismo creativo o naranja** se define como “un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas” (Tresserras, 10 de agosto 2015). Este tipo de turismo de carácter experiencial puede ser sostenible o no, en este caso, se apuesta por su sostenibilidad y se opta por una elevada participación por parte del viajero que quiere experimentar y probar actividades que realiza la población local. En definitiva, viajar para vivir experiencias que le permitan formar parte de la cultura local del destino. De igual manera que los anteriores, tiene un carácter desestacional, y éste en concreto se puede practicar en cualquier zona natural o cultural (Montesinos, 25 de agosto 2017).

En nuestro caso particular como veremos más adelante, la relación de conceptos como: cultura, tradición y conservación, presentan matices muy interesantes que se pueden potenciar y con los que experimentar.

1.3. Eficiencia de las Certificaciones: ¿hacia dónde avanzamos?

Si comparamos el estudio de las certificaciones que había en los años 80 con el desarrollo que tienen en la actualidad, podemos deducir que el avance que se ha introducido en las certificaciones ha sido espectacular. Hoy en día, las **certificaciones** en el mundo del turismo cada vez están más valoradas, no sólo por los turistas, sino también por la responsabilidad social del sector privado. Según la definición que nos propone el *Instituto de estudios Turísticos* y la *Secretaría de Estado de Turismo*, una certificación es “un sistema de gestión cuyo objetivo es optimizar los efectos económicos, ecológicos y/o sociales de una organización específica” (Rodríguez y Prats Palazuelo, 2007, p.157). Podemos decir que las que están más desarrolladas y son más conocidas por la población son las de calidad en productos o establecimientos hoteleros. Sin embargo, con la mentalidad del siglo XXI, como veremos más adelante, se está haciendo un fuerte hincapié en las certificaciones de carácter ambiental, ya que cada vez más, la demanda busca y frecuenta establecimientos que estén certificados, no solo con la Q de calidad turística sino también con su etiqueta medioambiental o ecológica.

A nivel **internacional** vemos que existen una gran variedad de certificaciones, sobre todo relativas al ámbito ambiental. En **España**, las que más desarrolladas están son las de calidad, pero se está poniendo ya en marcha el desarrollo de certificaciones ambientales a nivel global. [...] Dentro de la clasificación de las certificaciones podemos tener muchos subtipos, pero lo más importante es que “unas certifican la voluntad y la disposición de la empresa a través de procesos y evaluación interna, y las otras certifican que el producto cumple con los estándares de calidad” (Rodríguez y Prats Pozuelo, 2007, p.158). No obstante sería fundamental la combinación de ambas para un mejor desarrollo de la planificación y gestión de los servicios turísticos, siendo la unificación la **clave del éxito**.

A continuación, analizaré los distintos tipos de certificaciones que existen desde sus comienzos según los estudios de la *Organización Mundial del Turismo*.

Relativo a la primera generación, no nos percataríamos de que este sistema de clasificación fue la primera modalidad de certificaciones existentes, para cuantificar la satisfacción de “las necesidades, exigencias y expectativas” de los turistas (como se citó en Rodríguez y Prats Pozuelo, 2007, p.158). Está extendida y aceptada a nivel mundial, y se ha desarrollado en otras modalidades de alojamiento (apartamentos, casas rurales, pensiones, entre otros). Con la posterior introducción de las certificaciones de segunda generación a finales de los años 80, y aceptados los criterios y características del turismo sostenible aparecieron las de tercera generación.



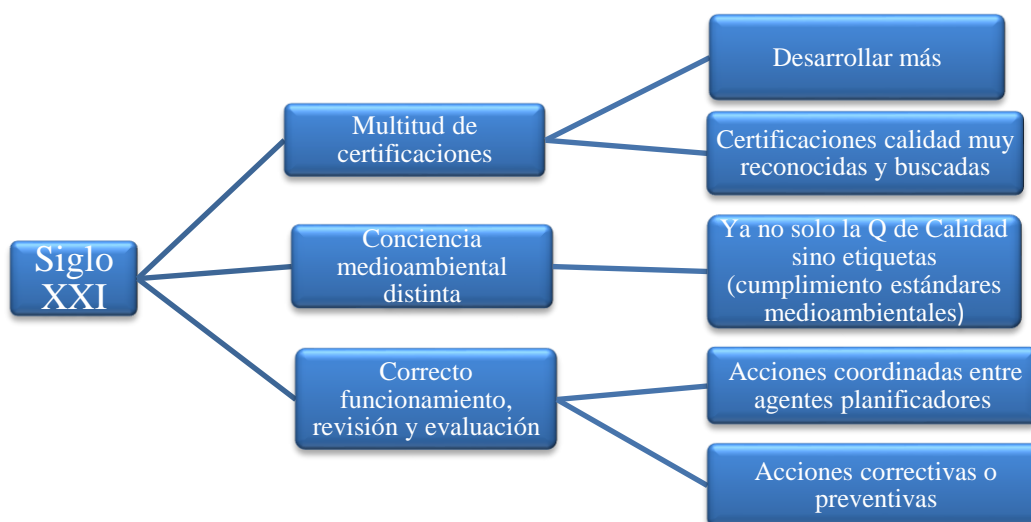
Cuadro 1.2. Resumen de tipología de certificaciones

Fuente: elaboración propia a partir de (OMT y Grupo ISO, 2010, p.4)

De igual manera que las de nivel internacional: EMAS y la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea. Además de las de carácter institucional, como se ha visto en el cuadro anterior, han surgido otras de carácter privado y en la actualidad se han mejorado distintas modalidades de las ISO y han surgido otras nuevas.

Detrás del inmenso volumen de certificaciones que existen, podemos decir que según va evolucionando la demanda, vemos que les resulta interesante e incluso estímulo para la elección de un alojamiento, de empresa de turismo activo e incluso de un restaurante. Antiguamente no se le daba tanta importancia al mundo de las certificaciones, sin embargo como podemos observar en el estudio de la tesis doctoral “Las Certificaciones de Calidad en las Empresas Turísticas: antecedentes y consecuencias” [...] hoy en día es uno de los motivos principales para optar por la oferta en un destino ya que “el certificado del hotel como señal de calidad puede cobrar en estos casos una mayor relevancia. En consecuencia, el grado de implicación contribuye a reforzar la influencia

del sello sobre la decisión de repetir estancia” (Caso, 2012, p.73). Aunque a continuación veremos el estudio del pensamiento de certificaciones en el siglo XXI, Valenzuela (2017) sigue afirmando que, “el reciente interés de los establecimientos hoteleros en demostrar su cambio de comportamiento frente al medio ambiente a través de la obtención de eco-etiquetas o certificaciones en sostenibilidad, obedece a objetivos mercadotécnicos que permitirían mejorar su competitividad”.

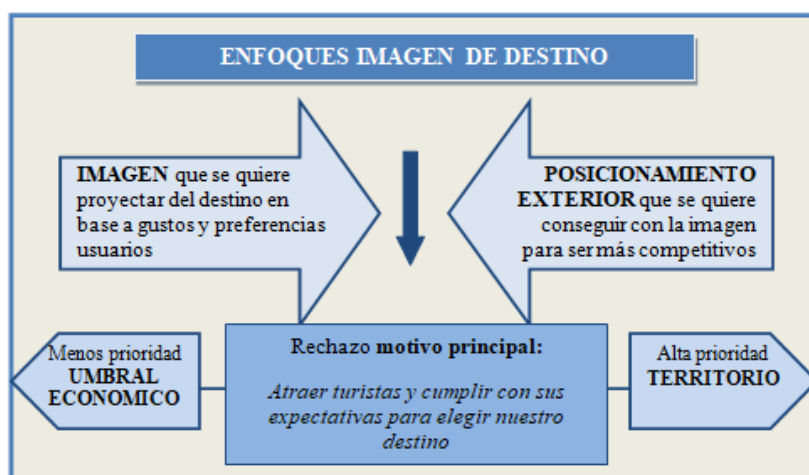


Cuadro 1.3. Pensamiento certificaciones siglo XXI

Fuente: elaboración propia a partir de (Rivas y Magadán, 2012, p.150)

1.4. Imagen de destino. Transparencia y Diversificación como pilares

Antes de introducir el término “imagen de destino”, relevante me parece considerar la *promoción turística* como uno de los pilares fundamentales de un destino. Aunque un territorio posea un patrimonio y unos recursos singulares, sin una adecuada promoción y publicidad del destino, no se captará a un buen número de turistas. Sin embargo, observando la reflexión de Ahmed (1997), éste afirmó que “la imagen que los turistas tienen de un destino y la actitud hacia dicho destino parecen ser dos de los factores más relevantes a la hora de realizar la selección” (como se cita en Traverso, 2007, p.34).



Cuadro 1.4. Enfoques de la imagen de destino

Fuente: elaboración propia a partir de Traverso (2007)

Si no se presta atención a estos aspectos y se pasa a primer plano, la competitividad y el posicionamiento a nivel internacional “los destinos turísticos que no atiendan a las necesidades y correspondan a las expectativas de los turistas no serán destinos de calidad y su decadencia parece asegurada a largo plazo” (Femenía, 2011, p. 35).

Como ya se comentaba antes, [...] la promoción de los destinos turísticos debe ser la finalidad primordial para conseguir que las imágenes proyectadas de estos, sean atractivas para los visitantes a la hora de escoger un destino u otro (Beerli, Martín y Moreno, 2015, p.1), ocurriendo sobre todo con los turistas potenciales, ya que poseen una imagen predispuesta del destino. Además, Beerli y Martín (2002) justifican que la imagen de destino “ejerce una fuerte influencia en el comportamiento del consumidor en el ámbito turístico” (p.5). Del mismo modo, de acuerdo con el criterio establecido por Chung y Buhalis (2008) expusieron la importancia de tener una buena imagen de destino online y la eficacia en los medios sociales en tres momentos distintos:

En la fase anterior al viaje, cuando los usuarios se informan y toman decisiones sobre el destino que elegirán; en la fase de realización del viaje, en la que los usuarios publican y comparten información e incluso imágenes durante el viaje; en la fase posterior al viaje, cuando comparten fotografías, comentarios, vídeos y experiencias vividas durante su estancia en el destino (como se cita en Paniagua y Huertas, 2018, p.121)

Asimismo, en conformidad con los anteriores autores “los canales electrónicos de distribución se han convertido en imprescindibles en el sector turístico. Así Internet es hoy en día la principal fuente de información y planificación de los turistas” (Díaz-

Luque y Jiménez, 2013, p.43). Por tanto, que se cumplan o no esas expectativas de cómo sería el destino en los momentos iniciales de búsqueda, afectará mucho en la estancia, así como en los comentarios que se realicen del destino y su repetición.

Una de las ideas fundamentales que tienen los Gobiernos hacia la imagen de destino, es que “pueda ser utilizada para enfrentarla y compararla con la de otros destinos” (Traverso, 2007, p.45). Factor que se debería de dar menos importancia y centrarnos en que la imagen de destino sea un símbolo de referencia de cómo es en realidad y lo que nos vamos a encontrar al llegar allí. Sin embargo, basándome en la opinión de varios autores como por ejemplo Croizé (1989) para poder posicionarse y diferenciarse de sus competidores “una imagen muy general no es afectiva, por cuanto se puede encontrar en demasiados lugares” (como se cita en Gil, Beerli y De León, 2012, p. 119). Por otro lado, Gil et al. (2012) concluyeron que “en una sociedad como la actual, saturada de comunicación, es imperativo que los destinos turísticos desarrollen una imagen única en la mente del consumidor” (p.137). No obstante, considero que conseguir una imagen de destino única es muy complicado, ya que por ejemplo, las Administraciones Públicas pueden intentar transmitir una imagen de marca unificada con un distintivo para el destino, pero esa imagen para cada visitante es diferente y exclusiva. Ya que como expuso De Jager (2010) la imagen puede ser cambiante y se transforma dependiendo de acontecimientos futuros o simplemente surgidos de la visita; y se alteran aquellos atributos que pensaban que eran característicos del destino, apareciendo otros nuevos.

Aun así, es totalmente cierto que los turistas nos guiamos mucho no solo por la imagen de destino, sino también por cómo es en realidad el país. Aunque Gil et al. (2012) consideran que es importante presentar una imagen positiva porque:

Genera tres beneficios básicos para el destino: (1) potencia la demanda futura sobre la base de la comunicación realizada; (2) produce un aumento de la satisfacción y fidelidad del turista hacia el destino, facilitando la identificación de los aspectos de mejora en el destino, y (3) permite el correcto posicionamiento del destino, identificando su posición competitiva respecto a otros destinos competidores (p.136).

Bajo mi punto de vista, destinos espectaculares como Tailandia, Egipto o Marruecos tienen fama de ser conflictivos, lo que hace que por mucho interés que se tenga en visitarlos por su cultura y patrimonio, y las acciones que realizan las Administraciones

para proyectar una imagen positiva apoyándose en su cultura tan representativa, no es suficiente y a algún segmento le frena el miedo para viajar a esos países.

Si nos fijamos en la definición de **imagen de destino** propuesta por Crompton (1979) y Kotler, Haider y Rein (1993) es el “resultado neto de la interacción del conjunto de experiencias, creencias, sentimientos, conocimientos e impresiones que cada individuo mantiene sobre un destino concreto” (como se cita en Traverso, 2007, p.36). Pienso que es bastante certera, ya que, normalmente los cambios que se producen en los gustos y motivaciones de la demanda, hace que se modifique en parte o totalmente la imagen de destino. Además, en relación al anterior objetivo de la promoción turística, creo que uno de los usos fundamentales para los que debería de servir también la imagen de destino, es para liberar la capacidad de carga de zonas que se encuentran muy saturadas, ya que si presentan distintas imágenes, puede desplazar la atención del visitante hacia otro lado.

En el siglo XXI la diversificación de actividades en destino y la potenciación de zonas menos conocidas, son unas de las claves de éxito para que el destino pueda ser sostenible en su totalidad. Hay que salir de la uniformidad del antiguo modelo de sol y playa con un solo tipo de turismo característico que busca beneficios a corto plazo y que es estacional e introducir así nuevas tipologías a través de una estrategia de “diversificación hacia nuevos productos/mercados sintonizando con los cambios motivacionales de la demanda, mediante: diferenciación y/o especialización de la oferta” (Álvarez Sousa, s.f., p.36).

Por ello, se reitera la importancia de una buena estructuración, planificación y gestión de la imagen de destino por parte de todos los agentes, y la posterior evaluación. La coordinación es la base del funcionamiento, [...] porque si cada organismo persigue sus propios objetivos, la imagen de destino no se podrá unificar. No siendo lo mismo el hecho de diversificar para potenciar todos los atractivos que posea el destino (Rodríguez y Santana, 2012, p.223).

1.5. Estudio de Demanda. Motivaciones como clave del éxito

Comenzando con la conceptualización del término “demanda” podemos encontrar varias acepciones, pero todas coinciden en el mismo aspecto: “la conducta de consumo es considerada un proceso de elección y se explica en función de la utilidad que los

distintos bienes proporcionan a los sujetos” (Henaó y Córdoba, 2007, p.19); en relación a sus necesidades y gustos. Sin embargo, cuando hablamos de la demanda y del consumo turístico, influyen también valores subjetivos a la hora de la elección.

Aunque existen varias interpretaciones de **demanda turística**, considero que podría definirse de manera más precisa como: el recuento del número de personas que entran para visitar un país y sus salidas de este, reflejado en el gasto medio u otros factores como las pernoctaciones en los alojamientos o el paso por las oficinas de turismo para demandar información. Como veremos más adelante, los aspectos principales que influyen en el estudio de la demanda son: poder adquisitivo, disponibilidad del tiempo y las distintas motivaciones. Desde otra perspectiva, la *Secretaría de Turismo de México* (SECTUR, s.f.) nos proporciona otra definición de demanda turística: “el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino”. No obstante, basándonos en la publicación “Qué es la demanda turística y su clasificación” se puede apreciar que factores internos se producen en los destinos: la crisis, el terrorismo, la poca diversificación en la oferta, entre otros; que pueden deslucir la imagen idealizada que tienen los turistas de estos y verse reflejado en las curvas de demanda (Entorno Turístico Staff, 27 de febrero 2018).

Después de la lectura intensiva de varios artículos científicos, páginas web y publicaciones de blogs, procederé a comentar los tres tipos genéricos de demanda que se analizan y se encuentran en la actualidad. Sin embargo, con los cambios que se están produciendo hoy en día, podría haber alguna variación en esos conceptos:

| | |
|------------------------------------|--|
| <p>Demanda Efectiva</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Datos reflejados en estadísticas turísticas de organismos oficiales (OMT y el INE) • Socatelli (2013) "número actual de personas que participan en la actividad turística -turistas, viajeros o visitantes-, es decir, que efectivamente viajan -consumidores reales-" (p.1) • Disposición favorable del tiempo y se pueden permitir el viaje |
| <p>Demanda Potencial</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Personas que quieren viajar pero actualmente no tienen posibilidades (motivos económicos o personales) • Clientes fieles -siguen todas las novedades- • En cuanto puedan realizarán el viaje (Concepto y definición de demanda turística, 11 noviembre 2013) |
| <p>No demanda Turística</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Según González y Conde (2011) dos acepciones: • aquellas personas que no les interesa viajar y no se preocupan en absoluto por intentar realizar un viaje. • Aquellas que sí que les gustaría viajar pero nunca van a encontrar un momento propio para realizarlo (p.4) |

Cuadro 1.5. Tipos de demanda turística

Fuente: elaboración propia

Una vez aclarados los tipos de demanda que se pueden encontrar en los análisis más característicos, basándonos en un libro de “Estructura del Mercado Turístico” vamos a comentar las tipologías de demanda turística que existen según el tipo de desplazamiento: *turismo doméstico*, son los residentes de un país que hacen turismo por su propio país. Turismo *receptivo*, es el que realizan los extranjeros o no residentes de un país determinado que visitan el destino. Turismo *emisor*, es el que practican los residentes del propio país al visitar países extranjeros (Olmos y García, 2011, p.5).

Pasando a otro punto de carácter más económico, podemos concluir que en la demanda también influye el gasto real de los turistas. Ya que según la *Ley de la Demanda* existe una relación inversa, es decir, cuando los precios bajan se produce un incremento de la cantidad demandada, mientras que cuando los precios aumentan se reduce la cantidad demandada. Aunque es más importante valorar la afluencia de turistas para gestionar acciones en cuanto a promoción turística y medioambiente, la mayor parte de las veces, los gestores se mueven más por los ingresos económicos que se dejan en el país, obviándose un concepto tan importante como: la **saturación de la capacidad de carga** por una abundancia de visitantes al destino.

Según Martínez (21 de agosto 2019) cuando mezclamos variables como el gasto y demanda para estudiarlas, también se tienen en cuenta otras como: los precios en nuestro destino, los precios de destinos competidores, la renta, presupuesto de los visitantes, factores personales de la demanda, los gustos y preferencias del consumidor.

En la tabla resumen que podremos observar a continuación, vemos que uno de los factores importantes que tenemos que tener en cuenta a la hora de estudiar la demanda son los factores sociales. La **motivación** desempeña una importante influencia en el consumidor e incluso se podría decir que es la causa principal que incita al turista a realizar el viaje y su feedback posterior.

Tabla 1.3. Factores de Demanda

| FACTORES | TIPOLOGIAS |
|---|--|
| ECONÓMICOS | <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de renta - Nivel de precios - Política fiscal y del gasto turístico - Financiación - Tipo de cambio |
| SOCIALES | <ul style="list-style-type: none"> - Motivación - Condicionantes socioculturales - Formas y estilos de vida - Disponibilidad del tiempo - Costumbres estacionales - Creencias - Situaciones políticas - Demografía |
| ALEATORIOS | <ul style="list-style-type: none"> - Guerras - Climatología |
| RELATIVOS A LA COMERCIALIZACIÓN Y A LA PRODUCCIÓN | <ul style="list-style-type: none"> - Diversidad de productos - Comunicación - Publicidad - Calidad-precio - Seguridad |

Fuente: elaboración propia a partir de *SEGITTUR, 2018*

En este punto, es necesaria la inclusión de la Pirámide de Maslow (1970), señalándonos las necesidades de los visitantes que vienen determinadas por unas motivaciones concretas. Una vez satisfechas las necesidades básicas, surgen otras que hacen que cambie el comportamiento del individuo y a la vez se pasa al siguiente escalón en busca de alcanzarlo (Gisolf, 7 de febrero 2014).



Figura 1. 2. Pirámide de Maslow

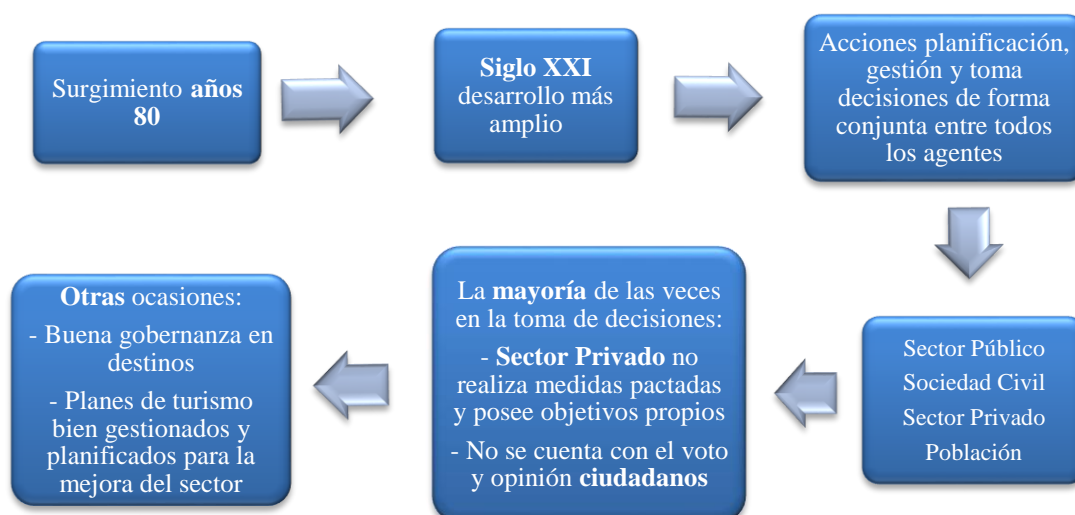
Fuente: *Maslow 1970*

Debido a la gran evolución de la demanda, una de las cosas fundamentales a tener en cuenta en los estudios de mercado de demanda turística son los propios criterios con los que el turista ha clasificado su experiencia en el destino: la comparabilidad, la fidelidad, las expectativas y la percepción. Es decir, cuantifican la calidad de esos servicios que han recibido en base a sus criterios preestablecidos. Por lo que desde los últimos años, los panificadores de destinos turísticos han insistido en estas variables para “poder conocer su tendencia y hacer pronósticos que beneficien y traigan consigo un desarrollo económico y social, al igual que conocer su oferta turística, para mejorarla y que pueda satisfacer y hacer frente a la demanda futura” (González y Conde, 2011).

1.6. Gobernanza: ¿aplicación práctica?

Una vez analizados todos los aspectos que hemos visto anteriormente, podemos señalar que para su correcto funcionamiento hace falta una buena coordinación entre todos los agentes. Es aquí donde introducimos el concepto de **gobernanza**:

Es una práctica de gobierno susceptible de medición, que tiene por objeto dirigir eficazmente al sector turismo en los distintos niveles de gobierno, mediante formas de coordinación, colaboración y/o cooperación eficientes, transparentes y sujetas a la rendición de cuentas, que permitan realizar las metas de interés colectivo que comparten las redes de actores que inciden en el sector, con el fin de lograr soluciones y oportunidades, con base en acuerdos sustentados en el reconocimiento de interdependencias y responsabilidades compartidas (OMT, 2019, p.20).



Cuadro 1.6. Descripción proceso de la Gobernanza

Fuente: elaboración propia a partir de Velasco (2008)

En la actualidad esta gestión coordinada del turismo no surge por sí misma, por lo que varias instituciones establecen los **Indicadores de Gobernabilidad Mundial (IGM)** que además de medir su aplicación y efectividad también “proporcionan un marco operativo a los gestores turísticos para facilitar la incorporación de la sostenibilidad en el proceso de decisión” (Torres Delgado, s.f., p.4). Los primeros casos están documentados en el “Libro Blanco de la Gobernanza Europea”, el cual registra cinco criterios para el desarrollo de una buena gobernanza: apertura y accesibilidad, participación, responsabilidad, eficiencia y coherencia (Comisión Europea, 2001) y en el “Programa de las Naciones Unidas” (PNUD, 1997) consideró diez criterios: participación pública, consenso, visión estratégica, receptividad, efectividad, eficiencia, rendición de cuentas, transparencia, equidad y cumplimiento de la ley (Prieto y Pérez, 2017, pp. 46-47).

En la tabla que veremos a continuación, se comentarán los principales indicadores. Dividiéndose en cuatro dimensiones con 8 ejes de análisis y sus líneas de actuación.

Tabla 1.4. *Gobernabilidad del turismo*

| INDICADORES DE GOBERNANZA | |
|---------------------------|--|
| VISIÓN CONSENSUADA | 1.- Plan estratégico de desarrollo: Existencia, coordinación con otros planes, nivel de consenso, coherencia, coincidencia escenarios previstos y reales y experiencias de compromiso privado-público a largo plazo. |

| | |
|------------------------------------|---|
| RELACIONES ENTRE ACTORES | <p>2.- Confianza actores estratégicos: Grado confianza instituciones y resiliencia.</p> <p>3.- Apoyo ciudadano de procesos: Conocimiento, expectativas y apoyo.</p> <p>4.- Participación constructiva: Organizaciones privadas participantes y apoyo ciudadano en obstáculos.</p> |
| CAPACIDADES INSTITUCIONALES | <p>5.- Transparencia gestión pública: Reglas del juego claras, mecanismo de control social y corrupción.</p> <p>6.- Equipo técnicamente capacitado: Profesionalización y criterios de selección y capacidad técnica</p> <p>7.- Calidad prestación servicios: Atención al ciudadano y calidad de la prestación.</p> |
| PARTICIPACIÓN CIUDADANOS | <p>8.- Promoción participación ciudadana: Mecanismo y escenarios de participación, realización de programas y proyectos, y programas de formación ciudadana.</p> |

Fuente: elaboración propia a partir de *Gobernanza del destino (Velasco, 2007)*

Por otro lado, en uno de los informes ejecutivos sobre el “Proyecto de Gobernanza para el sector Turismo” publicado por la *OMT* en colaboración con la *Cuenta Satélite del Turismo* (2010); bajo el enfoque de la autora en el crecimiento y desarrollo del turismo y la sostenibilidad exalta:

La necesidad de que los diferentes actores políticos, económicos y sociales que intervienen en la producción turística a cualquier nivel (nacional, subnacional y supranacional) logren entendimientos, complementariedad, que contrapesen sus capacidades y sus recursos propios de dirección, organización y dirección y así se quiere, logren sinergias (Durán, 2010, p.21).

De acuerdo con la autora, es una buena afirmación acerca de la gobernanza turística, ya que una correcta coordinación y organización facilitarán la consecución de los objetivos propuestos para disminuir los impactos y aumentar los beneficios que aporta la actividad turística. Como cada vez se trabaja más en red para el intercambio de información más eficiente, también es muy interesante la realización de foros de gobernanza en internet, posiblemente unido al Smart Tourism. Además de la realización de mesas para la gestión de la gobernanza; una práctica muy usual en el siglo XXI que funciona muy bien. [...] En el informe “Gobernanza Participativa Local”, elaborado por la *Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP, 2018)*, se proporciona una visión global acerca de las acciones que se están llevando a cabo para lograr una buena

gobernanza con la participación de la población local, es decir, “gobernanza participativa que implica un modelo de gestión compartido y, por tanto, corresponsable” (p.14); y casos de estudios en los que se están implantando medidas que han dado buenos resultados, y pueden servir como buena práctica para otros destinos.

Aunque en el análisis de caso se realizará un estudio de la ejecución de los 8 indicadores de gobernabilidad para comprobar su efectividad. Por ejemplo, un caso de éxito de gobernanza colaborativa que se ha desarrollado en la comunidad de Murcia es la creación de los **presupuestos participativos**, herramienta que se ha utilizado para gestionar de una mejor manera la gobernanza del territorio contando con la participación ciudadana en uno de los puntos importantes de la ciudad: elegir a dónde dirigir el dinero y en que invertirlo (CARM, 2017).

1.7. Turismo Smart: un nexo de unión con la Sostenibilidad

Debido a los cambios que se están llevando a cabo en el mundo del turismo, ya desde el siglo pasado, empezó a surgir una nueva forma de utilizar el turismo. Es conocido como **Turismo Smart**, está vinculado con las sociedades digitales y se centra en los Smart Destinations, en las Smart Cities o Smart Villages. No se puede considerar una nueva modalidad de turismo puesto que, no es una tipología de turismo en sí, sino que es una categoría dentro del turismo que con los proyectos y mejoras que se plantean, pueden perfeccionar muchas cosas en los destinos y conseguir sus objetivos. De acuerdo con el pensamiento de Giffinger (2007), definió la ciudad inteligente como “una ciudad que se desenvuelve con visión de futuro en la economía, las personas, la gobernanza, la movilidad, el medioambiente y la vida, basada en la combinación inteligente de dotaciones y actividades de ciudadanos autónomos, independientes y conscientes” [...] que en unión con el criterio de Vanolo (2014) tanto el turismo inteligente como los destinos y ciudades inteligentes se desarrollaran para encontrar la solución a los “problemas económicos, sociales y ambientales de las urbes del siglo XXI” (como se cita en Celdrán, Mazón, Ivars y Vera, 2018, p.110).

Según la *OMT* y *SEGITTUR*, el Turismo Smart está en plena relación con las ciudades y destinos, por lo que ambos organismo lo definen como:

Un espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes (Destinos Turísticos Inteligentes, p.4).

Cuando leemos la definición nos recuerda en parte al concepto de turismo sostenible, y es porque en el fondo están interrelacionados. Ya que de los cinco pilares que propone el turismo smart, uno de los principales es la sostenibilidad en su conjunto, por lo que el turismo sostenible y el turismo smart pretenden alcanzar los mismos objetivos, como por ejemplo: gestión eficiente de recursos, satisfacción de las necesidades sociales, culturales, medioambientales y económicas de la población local y del entorno, el respeto del medio ambiente y la biodiversidad del destino. El resultado que tiene o debería de tener la implantación de esta modalidad, es otro de los objetivos que persigue el *turismo sostenible*, es decir, atendiendo al criterio de la *Organización Mundial del Turismo* [...] un desarrollo controlado y beneficioso para todos, que perdure en el tiempo y sea responsable con el medio ambiente (Kelejyan, 2011, pp. 11-12).



Cuadro 1.7. Objetivos que se persiguen con el turismo smart

Fuente: elaboración propia a partir de (Cabrera y Barrio, 26 de febrero 2019)

Además, no solo se obtienen beneficios para las instituciones o el destino, sino también para los visitantes ya que según el criterio de Buhalis (2011) con el turismo smart “se produce así el empoderamiento del turista gracias al uso de la tecnología en todas las fases del viaje, para la cocreación de experiencias online y offline” (como se cita en Celdrán et al. 2018, p.109).

CAPITULO 2
ESTADO DE LA CUESTIÓN. ENTRAMOS EN EL
TURISMO SOSTENIBLE

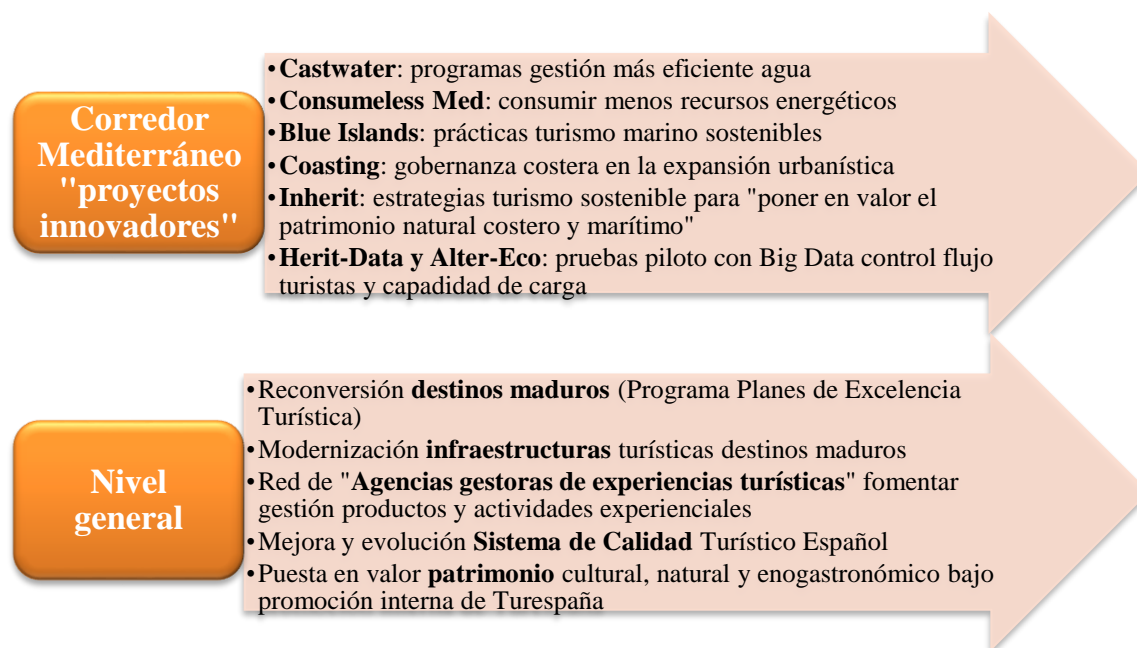
2.1. Acciones desarrolladas a nivel internacional, nacional y europeo

Cuando hablamos de marco institucional tenemos que hacer referencia “al marco legal en el cual se ordene la actividad turística” (Miralbell, Arcarons, Capellà, González y Pallàs, 2010, p.21). Ya en los años ochenta, la planificación estratégica en las ciudades y áreas metropolitanas fue un éxito absoluto, debido a su dominio de las competencias territoriales económicas y la inclusión de la población local en la participación, entre otras. [...] Además, según los autores Miralbell et al. (2010) las líneas maestras que se originaron en esa época han sido la hoja de ruta para el actual marco institucional: “definición de un modelo de territorial global, concentración selectiva de los esfuerzos públicos, realización de actuaciones impulsoras que sirvan como modelo y como referente y consecución de un clima participativo e interinstitucional” (p.49). Por lo que en este apartado llevaremos a cabo el análisis de las distintas actuaciones que se realizan en todos los niveles institucionales: la Organización Mundial del Turismo, la Unión Europea y España. Por actuaciones, entendemos todo lo relacionado con: planes de turismo, planes específicos de sostenibilidad, cartas y declaraciones de turismo, líneas de acción, planes estratégicos o incluso planes de marketing y de promoción turística.

Comenzando con el nivel superior, se encuentra la OMT. Por un lado, con su **Programa de Turismo Sostenible del Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles (10YFP)**, [...] resultado de la Cumbre de Río+20, propone la sostenibilidad a través de la eficiencia, innovación y adaptabilidad, ya que son “cambios fundamentales en la manera de producir y consumir de las sociedades son indispensables para alcanzar el desarrollo sostenible global”. [...] En colaboración se encuentra el PNUMA, actuando como gestora y administradora de sus fondos, los Gobiernos de Francia, Corea y Marruecos, y 22 organizaciones que quieren forman parte del proyecto (UNEP, 2015). Por otro lado, la iniciativa de **Medición del Turismo Sostenible** ya que como argumentó el Secretario General de la OMT “medir el turismo sostenible es fundamental para mejorar la acción política para el desarrollo sostenible, y promoverá un lenguaje estadístico común que pueda compararse entre países y diferentes sectores económicos” (Risi, 2 de marzo 2018).

Continuando con el nivel europeo, en la Unión Europea, podemos apreciar que no existe como tal un plan de turismo europeo unificado con pautas comunes para todos los países y mucho menos uno de sostenibilidad. Por lo que se considera una debilidad

evidente; pues según la época en la que nos encontramos, sería conveniente un plan que uniera en red a todos los países que forman parte de la Unión. [...] Sin embargo, como se puede detectar en distintas fuentes de información, sí que presenta muchas acciones y proyectos que financia para conseguir la sostenibilidad en el turismo. Siguiendo la Convención de Turismo Sostenible celebrada en Barcelona el 6 de junio de 2019:



Cuadro 2.8. Acciones Unión Europea para el implemento del turismo sostenible

Fuente: elaboración propia a partir de (Canalis, 13 de junio 2019 y SETUR, 2014)

También hay que destacar que para la Unión Europea “el turismo es una actividad económica importante y tiene un fuerte impacto en el crecimiento económico, el empleo y el desarrollo social” (Ayudas europeas para el turismo, SEGITTUR). Por lo que cuenta con programas, políticas y acciones para cubrir con las necesidades de los territorios. [...] Entre ellos, se encuentran los fondos FEDER y PRODER para mejorar la conexión y el desarrollo de los distintos países que pertenecen a la Unión, así como la revalorización de los entornos rurales, lanzando para ello diversas líneas. Dentro de todas las acciones que lleva a cabo, las cuales podemos consultarlas en la página web de la *Secretaría de Estado de Turismo e Innovación* (www.segittur.es) me gustaría destacar en concreto tres instrumentos financieros para proyectos sostenibles y como ayuda a la consecución de la sostenibilidad turística del siglo XXI [...]:

En primer lugar, el proyecto **LIFE**, para la contribución al desarrollo sostenible en la consecución de la Estrategia “Europa 2020” (diciembre, 2013) y un nuevo programa “Medio Ambiente” incidiendo en: “medio ambiente y eficiencia de los recursos;

naturaleza y biodiversidad; y gobernabilidad del medio ambiente y la información” (mayo, 2015). En segundo lugar, el proyecto **7th Environment Actions Programme to 2020**, guiando una política ambiental hasta 2020 y estableciendo que sea efectiva en 2050 con la consecución de objetivos como: “proteger, conservar y mejorar el capital natural de la Unión; convertir a la Unión en un recurso eficiente, verde y la economía baja en carbono competitiva, y salvaguardar los ciudadanos de la Unión de las presiones relacionadas con el medio ambiente y riesgos para la salud y el bienestar” (enero, 2014). Y el proyecto **HORIZON 2020**, para la innovación e investigación de las “Smart and Sustainable Cities” (febrero, 2016-2017) y objetivos de otras temáticas:

Nueva economía turística, en la que la innovación, el conocimiento y la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio; valor al cliente, ofreciendo experiencias turísticas que diferencien y potencien la personalidad y el posicionamiento de España como destino turístico; sostenibilidad del modelo, garantizando la calidad del entorno natural y cultural de cada lugar, la integración y bienestar social y el reequilibrio socio-territorial; entorno competitivo para la creación y desarrollo de negocios turísticos competitivos e innovadores; y liderazgo compartido, que ayude al fortalecimiento de la conciencia de los beneficios socioeconómicos del desarrollo sostenible de la actividad turística para el sector y para la sociedad (Turespaña, 2007, pp.50-88)

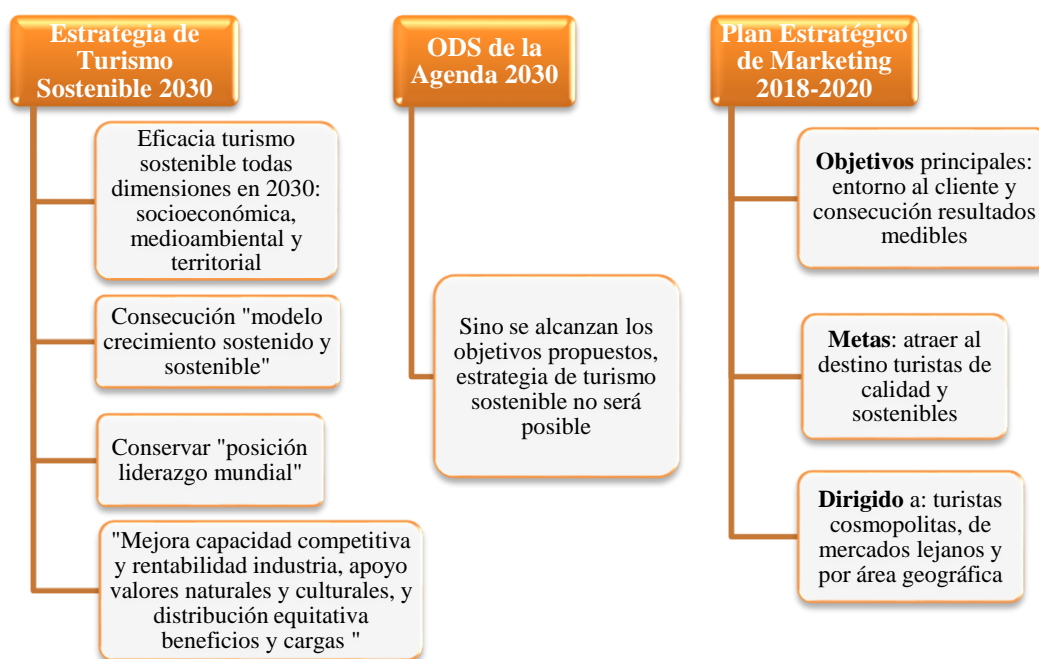
Según las acciones que proponen en sus proyectos, me parecen bastante acertados con la situación que se está viviendo en base al medio ambiente y a los inicios del turismo sostenible. Sin embargo, aunque la planificación sea muy buena, de momento no estamos viendo muchos efectos o acciones evidentes de estos modelos planificados.

En el último nivel, vamos a analizar las acciones que está llevando a cabo España. [...] Desde los años 80 se puede decir que la Administración pública ofreció distintos proyectos para ayudar al sector turístico, los más distinguidos fueron: los “Planes de Excelencia y de Dinamización”. Con el paso de los años, gracias a estos planes, se crearon nuevas estrategias para reconvertir y modificar a los destinos turísticos: “renovación de destinos, singularidad –creación y diferenciación de producto- y sostenibilidad –recuperación del patrimonio, valorización de nuevos recursos y programas de sostenibilidad-“(Miralbell et al., 2010, pp. 52-53).

No obstante, a nivel nacional podemos decir que después de estas líneas, no se contaba con un plan nombrado como tal, ya que en el año 2004, el Gobierno creó en

colaboración con Turespaña y la Secretaria de Estado de Turismo, un **estudio del turismo de naturaleza** que había en España. Proyecto importante que sirvió posteriormente para potenciar e impulsar más adelante el “Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020”, cuyo objetivo principal era “la integración de los objetivos de conservación de la biodiversidad en las políticas relacionadas con el turismo de la naturaleza y se centra en reforzar las sinergias positivas entre ellos” (SGAPC, 2017, p.2). Es decir, centrado en la conservación del patrimonio natural y en el avance del ecoturismo en todo el país en unión con los principios de la sostenibilidad.

Sin embargo, estando en el siglo XXI y desde que se impuso este plan podemos decir que la mitad de las acciones no se han desarrollado completamente y falta aun mucho por hacer. No obstante, también posee como proyecto fundamental la **Estrategia de Turismo Sostenible 2030**, la cual se estuvo confeccionando a través de la *Secretaría de Estado de Turismo* y en colaboración con las distintas Comunidades Autónomas.



Cuadro 2.9. Actuaciones de carácter nacional (España)

Fuente: elaboración propia a partir de (SETUR, 2019, p.11 y Turespaña, 2018)

A pesar de ello, una de las cosas que más llama la atención en este proyecto es que quiere conseguir un turismo sostenible; ya que “sin sostenibilidad, sencillamente no habrá turismo en un futuro” (Nuevo modelo turístico sostenible, 2019, p.9), pero a la vez, ser a toda costa un destino que mantenga su posición competitiva y de liderazgo mundial. Además de su proclamación por “mantenerse resiliente ante las coyunturas

adversas” (Fundamentos, 2019, p.10), [...] por no hablar de la *conciencia* sobre los retos futuros que deberá afrontar el sector turístico en la próxima década. Sin embargo, en el caso de que se fueran aplicando bien las medidas generadas para no tener destinos masificados, no habría que afrontar retos, sino que esos retos estarían conseguidos y se podría avanzar en otros aspectos como la creación de nuevas líneas de productos o incluso incidir más en los Smart Destinations (avanzados en la actualidad, pero con pocos resultados visibles para la población y los visitantes).

De igual manera, interesante es la perspectiva con la que se dirige al turismo sostenible, usando la palabra “desarrollo”, el turismo sostenible no es un modelo que esté en los destinos y que haya que desarrollarlo para mejorarlo, sino un cambio de paradigma completo que poseen todos los destinos una vez que se llevan a cabo las acciones correspondientes y se introduce.

2.2. Decálogo de buenas prácticas para emprendedores en el sector

En la tabla que comenzaremos observando, podemos contemplar cinco ejemplos de buenas prácticas, de carácter internacional. Han sido seleccionadas del compendio de buenas prácticas de desarrollo turismo sostenible que propone la *Organización Mundial del Turismo* (2000). Son de carácter muy heterogéneo pero todas ellas giran en torno al turismo de naturaleza sostenible y en este caso también en los alojamientos turísticos.

Tabla 2.5. BB.PP. Turismo de Naturaleza Sostenible (INTERNACIONALES)

| Jordania (FEYNAN ECOLODGE) | |
|-------------------------------------|--|
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Creación primer establecimiento ecológico ubicado en antiguas rutas de caravanas. 2.- Conservación y potenciación Reserva Biosfera de Dana. 3.- Ofrecer oportunidades económicas a las comunidades beduinas locales. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Senderismo, rutas arqueológicas y por minas de cobre, astroturismo → Experiencias de la mano de las comunidades beduinas locales, actividades culinarias y talleres (fabricación de velas). |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Gestión total del establecimiento y falta de ingresos → Simplificación con el uso de energías renovables y ayudas inversores locales. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Mejora y certificación del establecimiento - Mayor introducción de la población local |
| Portugal (PROYECTO CHAO DO RIO) | |

| | |
|--|---|
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Dar forma y revalorizar las formas de vida tradicional. 2.- Recuperación del patrimonio natural y fauna. 3.- Colaboración socios locales → experiencias únicas. 4- Integración paisaje natural y sostenible con medio ambiente. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Montañismo, rutas ecuestres y ciclismo → Talleres, alimentación saludable y actividades de agroturismo. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Insuficiencia de fondos y consecución certificación de Turismo Responsable Biosfera → Apoyo inversores. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Revisión de la certificación obtenida cada 4 años - Inclusión de nuevas actividades |
| Colombia (CABAÑAS PIJIBA) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Vincular población local con actividades ecoturismo. 2.- Iniciar proyectos educación sostenible. 3.- Enriquecimiento nativo. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Excursiones por la selva, senderismo, deportes náuticos (buceo y pesca), apreciación fauna marina → Conocimiento caseríos y actividades tradicionales (danza, repostería y artesanía local). |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Complicada accesibilidad entre ciudades y estado de inseguridad del país. → Utilización radio HF y generar empleo y educar. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Buena relación con pobladores nativos y aumento empleo - Recuperación de tradiciones culturales - Inicio en la zona de nuevos proyectos y actividades |
| México (PROYECTO PARQUE ACUATICO NATURAL LAS ESTACAS) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Hacer del parque un proyecto turístico, recreativo y educativo. 2.- Acciones para conservación natural. 3.- Cambio de imagen del parque. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Rutas de senderismo, paseos subacuáticos y turismo deportivo → Paseos ecológicos, talleres educativos y eventos de la cultura tradicional mexicana. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Cambio de la imagen de balneario a parque acuático ecoturístico en la mentalidad personal y fuerte inversión → Programas de capacitación y formación permanente y oferta productos turísticos compatibles. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Plan de promoción del parque - Cambio imagen → Proyecto Eco turístico educativo - Diagnóstico recursos naturales y supervisión y mantenimiento proyecto |
| Guatemala (PARQUE NACIONAL VOLCAN DE PACAYA) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Desarrollo comunidades locales. 2.- Conservación patrimonio natural y cultural. 3.- Formación micro-pymes turísticas. 4.- Erradicación asaltos en la zona. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Excursiones y visitas al volcán → Eventos promoción música tradicional, artesanía y gastronomía local. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Consecución de la seguridad del país → finalizan asaltos |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Erradicación asaltos zonas y aumento turistas al Volcán - Integración y desarrollo de actividades por la población local - Intercambios de experiencias favorecedores |

Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.e-unwto.org/>

Por otro lado, en la tabla que veremos a continuación, se observarán cinco ejemplos de buenas prácticas desarrollados en España. Igual que en el caso anterior encontraremos casos muy heterogéneos relacionados con el turismo de naturaleza y sus actividades para realizar. Todos ellos han sido recopilados del manual de la “Red Rural Nacional” (2014-2020) y como tal tienen la mención de buenas prácticas en turismo de naturaleza sostenible.

Tabla 2.6. BB. PP. Turismo de Naturaleza Sostenible (NACIONALES)

| Salamanca (DIPUTACIÓN DE SALAMANCA) | |
|---------------------------------------|--|
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Conocer, disfrutar y respeto biodiversidad. 2.- Acercamiento patrimonio. 3.- Dinamización territorio. 4.- Producto diferenciado, innovador y sostenible. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Turismo activo sostenible (senderismo), visitas guiadas, actuaciones teatralizadas y campañas de dinamización. → Bajo coste instalaciones y convenios de colaboración. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Trazados de las rutas y estado de los caminos. → Recuperación y acondicionamiento para uso público. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Más empresas locales - Mejora y mantenimiento itinerarios. |
| Murcia (CONSORCIO DE LAS VIAS VERDES) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Albergues sostenibles. 2.- Colaboración AA.PP. 3.- Potenciar la Vía Verde. 4.- Sensibilidad e implicación población local- 5.- Recuperar patrimonio. 6.- Potenciar RSC en las PYMES |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Jornadas desarrollo rural, comunicación audiovisual, participación y organización eventos deportivos. → Convenios con colectivos sostenibles |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Mal estado de las infraestructuras → Rehabilitación y acondicionamiento |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Desarrollo rural sostenible. - Fomento actividades tradicionales. - Dinamización socioeconómica del mundo rural. - Próxima creación de vías verdes. |
| La Mancha (FUNDACIÓN ÁQUILA) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Mantener especies peligro extinción. 2.- Oferta turismo Red Natura 2000. 3.- Creación centro especializado. 4.- Participación local en investigación. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Construcción aviario, creación itinerario accesible, exposiciones interpretativas y experiencias de ecoturismo solidario → Programa educación ambiental y jornadas RSC. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Insuficiente financiación e iniciar experiencias de ecoturismo. → Ayudas de: Fundación Biodiversidad, programa ADECOR, Fundación SIA. Y creación de “Programa Empresas y Familias para la conservación del Águila Imperial Ibérica”. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Creación de prácticas de ecoturismo solidario. - Autosuficiencia energética, riego por goteo, separación residuos. - Viabilidad económica del centro gracias a: visitas guidas, educación ambiental y RSC empresarial. |
| PN del Delta del Ebro (APRODERVI) | |
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Consolidación producto turístico avalado por la UNESCO. 2.- Cooperación y colaboración con otros territorios españoles. 3.- Gobernanza gestión del geoparque. 4.- Asistencia a ferias y eventos de promoción. 5.- Desarrollo club de producto de geoturismo. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Acciones formativas para guías del geoparque, Fam Tryps, concursos, celebración de la semana europea de los geoparques → Actividades de ocio, jornadas ambientales, rutas, talleres y exposiciones. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Coordinar todas las acciones, toma de decisiones e informar población → Firma convenio con TurEspaña y otras entidades y se crean proyectos de geoparticipación. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Integración de todos los colectivos sociales en el proyecto sostenible - Consecución de patrimonio integrado en el geoparque - Revalidación de acciones cada 4 años. |
| Alicante (DIPUTACIÓN DE ALICANTE) | |

| | |
|-------------------------------------|---|
| OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 1.- Informar a los turistas de la rica diversidad de especies marinas y de ecosistemas. 2.- Potenciar el submarinismo sostenible. |
| ACTIVIDADES Y SOSTENIBILIDAD | Jornada gratuita de submarinismo abierta al público para la realización de uno de los recorridos → Apoyo monitores ambientales. |
| PROBLEMAS Y SOLUCIONES | Desarrollar gran parte del trabajo en el medio submarino y su financiación → búsqueda de colaboración de clubs de buceo de la provincia. |
| EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO | - Incorporación de nuevos itinerarios. - No durabilidad temporal establecida. |

Fuente: elaboración propia a partir de <http://www.redruralnacional.es/>

Después de una búsqueda intensiva de buenas prácticas en turismo sostenible y habiendo leído con detenimiento varios ejemplos (aproximadamente 40 estudios de caso), he decidido adjuntar las que he explicado anteriormente. Son un total de 10 buenas prácticas, a nivel nacional e internacional. Como se puede apreciar, todas ellas han sido consideradas casos de éxito, ya que persiguen un aumento de la demanda en estos espacios pero realizado de manera responsable, de igual manera, en todas ellas se busca la inclusión de la población local como un eje fundamental en el desarrollo de estas zonas más despobladas. Así como la recuperación del patrimonio en todos sus aspectos, la inserción de tecnología smart, reducir los impactos negativos que se generan en el medio y velar por una buena gobernanza y respeto con el medio ambiente.

Sin embargo, también han tenido dificultades, en la mayoría de los casos relativos a la financiación y por su puesto al pasar del antiguo modelo al nuevo. He escogido principalmente estos 10 casos, pues todos son relativos al ecoturismo o a actividades que tengan que ver con las modalidades que incluyen el turismo de naturaleza; las cuales, se podrían aplicar en mi territorio pues poseen las mismas características que en las comarcas del interior como Castilla la Mancha o Salamanca. Aunque he querido destacar un ejemplo que se ha puesto en marcha en mi comunidad objeto de estudio, con la transformación de las antiguas estaciones de tren en albergues rurales sostenibles que pasan por la Vía Verde de la Región; también me parecen muy interesantes los proyectos de Jordania y Colombia, con los diferentes tipos de alojamiento que plantean, ambos de carácter sostenible tanto con el medio como con la población, considero que son dos ejemplos de buenas prácticas que podemos observar desde su creación hasta la actualidad, manteniéndose en el tiempo y persiguiendo continuas mejoras.

De igual manera, sí en territorios de características tan especiales como son estos dos países han funcionado los alojamientos ecológicos, en nuestro territorio contando con zonas paisajísticas de similares características también deberían de suponer un éxito. No obstante, me ha parecido interesante introducir un caso de turismo marítimo

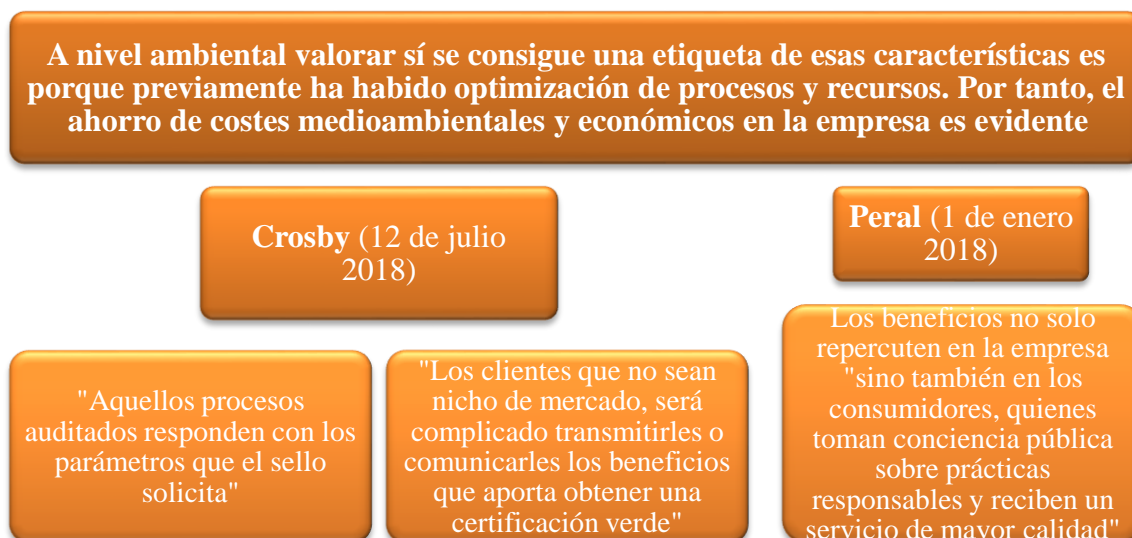
sostenible (englobado en el turismo de naturaleza de costa) como práctica novedosa de éxito; y aunque todavía se encuentra en sus inicios se puede observar un gran potencial, y se podrá poner en marcha en la comunidad objeto de estudio como complemento al turismo de sol y playa tradicional además de utilizar su carácter desestacional.

Sin embargo, aunque podemos deducir que en España el turismo de naturaleza (<https://www.spain.info/>) se está desarrollando más lentamente que a nivel internacional, hay que destacar que en los últimos años ha aumentado en gran proporción el interés por el turismo de naturaleza y las instituciones que prestan el servicio como CERES y el Club de Ecoturismo España. Por lo que el incremento de buenas prácticas en nuestro país cada vez es mayor, no solo de las dos instituciones mencionadas sino también otras que comercializan alojamientos sostenibles como Bio Segura (<https://biosegura.es/>) y Escapada Rural (<https://www.escapadarural.com/>)

2.3. El avance de las Certificaciones: el caso NACIONAL

Como vimos en el capítulo anterior, el avance de las certificaciones y sus tipologías son muy amplias, sobre todo en la Unión Europea y a nivel internacional. [...] Cuando hablamos de España y de certificaciones, tenemos que decir que las que están más evolucionadas en el mundo del turismo son las certificaciones de AENOR de calidad (Q de Calidad Turística, la Gestión de Calidad ISO 9001 o Destino Turístico Inteligente UNE 178501-2). No obstante, la entidad a partir del año 2004 empezó a potenciar la ISO 14001 relacionada con el medio ambiente y la sostenibilidad “cubriendo los aspectos ambientales de los productos y de las empresas” (Anónimo, 30 de mayo 2016).

Según el progreso de España en las certificaciones, se estima cada vez más que son mejor valoradas por los turistas; ya que no solo aporta eficiencia a las empresas, sino también le aporta seguridad, calidad y motivo de elección al visitante. [...] Además, es una manera de diferenciación y aumento de la reputación e imagen del producto o empresa turística. Según las reflexiones de diversos autores podemos observar que:

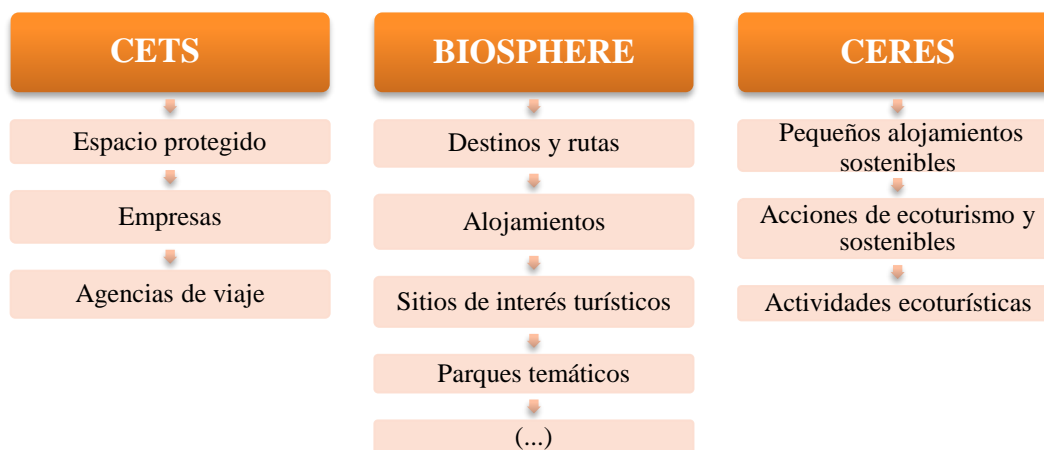


Cuadro 2.10. Deliberaciones de autores en cuanto a los beneficios de las certificaciones

Fuente: elaboración propia

Aunque hay que tener en cuenta los diferentes perfiles de turistas; las motivaciones e intereses de los viajeros suelen ser similares, unificados en el conocimiento de la marca, el precio del alojamiento o de los servicios en destino, sus fines lúdicos, de descanso o culturales, entre otros, la publicidad que ejerce ese destino tanto online como offline y en menor grado las certificaciones (Caso, 2012). Por lo que de acuerdo con la afirmación de Crosby (12 de julio 2018), considero que presenta un grado de veracidad evidente, ya que los consumidores no suelen tener esa motivación como la principal a la hora de elegir un establecimiento o destino para sus vacaciones. No obstante bajo el análisis de la tesis doctoral de Caso (2012) “la certificación debería ser una señal valiosa para los consumidores más preocupados por la calidad [...] la disponibilidad de un certificado mejoraría las percepciones de calidad del consumidor al tiempo que se reduciría el riesgo percibido” (pp.25-26).

En lo que respecta a nuestro tema objeto de estudio, en base al turismo de naturaleza son muy importantes las siguientes certificaciones:



Cuadro 2.11. Certificaciones de turismo de naturaleza

Fuente: elaboración propia a partir de (Casanovas, 7 de febrero 2017)

Como veremos en el capítulo 4 de análisis de caso, Murcia posee en uno de sus espacios protegidos la primera de ellas, por lo que pasaré a explicarla a continuación.

La *Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS)* “es una iniciativa que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa”. [...] Este sello es un procedimiento que los gestores de los territorios que poseen espacios naturales protegidos realizan de manera voluntaria para “aplicar los principios de turismo sostenible” y también las empresas para “definir sus estrategias de forma participativa” (Carta Europea de Turismo Sostenible, Federación EUROPARC). Podemos decir, que aporta beneficios muy útiles tanto para los gestores del destino como para el espacio natural protegido, ya que sostiene como principio la *sostenibilidad*, unida al concepto de gobernanza para facilitar y mejorar las relaciones entre todos los agentes interesados, la cooperación y el trabajo en red de los espacios protegidos. En la actualidad, hay un total de 49 espacios que cuentan con esta certificación para sus territorios naturales, a demás del convenio que posee España con Portugal para favorecer la comunicación de los actores implicados y crear una gestión en red con el país vecino (Red de España y Portugal, Federación EUROPARC).



Cuadro 2.12. Fases CETS con beneficios para los agentes

Fuente: elaboración propia a partir de EUROPARC FEDERATION (<https://www.miteco.gob.es/>)

Como es sabido, cada vez es más importante la implantación, gestión, revisión y evaluación de las certificaciones, por lo que desde junio del año 2012 hasta la actualidad (VIII Seminario), la Federación EUROPARC y el CENEAM están llevando a cabo Seminarios de Revisión Permanente de manera anual para ver cómo funciona la CETS en los territorios que la poseen, así como comentar los avances generados de un año a otro, en relación con el Club de Ecoturismo España y el intercambio de información entre empresas (Seminario Permanente CETS, Federación EUROPARC).

2.4. Aumento del Perfil del Ecoturista en España (siglo XXI)

En la actualidad, encontrar datos relativos a un perfil de turista de naturaleza, resulta un poco complicado. Sin embargo, gracias a una encuesta realizada en el Observatorio de Ecoturismo podemos conocer el nivel de demanda de una tipología del turismo de naturaleza. La muestra fue de un total de 861 cuestionarios válidos para investigar en términos de perfil de visitante (Club de Ecoturismo España, mayo 2019).

Tabla 2.7. Perfil de demanda ecoturística

| PERFIL DEMANDA TURÍSTICA | |
|--------------------------|--|
| SEXO | Igual proporción de hombres (50%) y mujeres (50%) |
| PERFIL Y EDAD | 35- 65 años (41% en parejas o en grupo), por debajo el grupo de los 18-34 años (37% actividades de esparcimiento) y por último de 25-34 años (22% actividades deportivas) |
| GRADO DE ESTUDIOS | Estudios superiores , estudios medios o estudios básicos |
| PODER ADQUISITIVO | Medio-alto o medio-bajo |

| | |
|------------------------------|--|
| TIPO DE TURISTA | Interesados totalmente en el conocimiento de la naturaleza |
| ACTIVIDADES | Degustar gastronomía local, recreación al aire libre (tomar el sol, pasear, descansar), conocer la cultura local y las tradiciones , senderismo , observación de fauna y flora , fotografía de naturaleza y rutas guiadas por el espacio natural. |
| MOTIVACIONES | Visitar el espacio natural al que acude (79%) priorizando esta tendencia antes que el ocio o el entretenimiento |
| GASTO MEDIO | Alojamiento: 100-150€/persona y noche (36%) y menos de 100€/ persona y noche (24%) Actividades: 15-30€/persona Total: 120-220€/persona y día |
| FRECUENCIA | Más de la mitad unas 2-4 veces al año , un cuarto más de 5 veces y en muy poca proporción solo 1 vez al año. |
| TIPO DE ALOJAMIENTO | Casas rurales en parajes naturales (41%) y en hoteles de tres estrellas. |
| DURACIÓN PERNOCTACIÓN | De media de 2-3 noches |

Fuente: elaboración propia a partir de <https://soyecoturista.com>

En comparación con los resultados del año anterior podemos decir que no se aprecian muchas diferencias significativas. Ya que, los resultados obtenidos de las variables analizadas siguen siendo los mismos. Viéndose modificado el nivel de estudios, pasando a un plano principal los estudios superiores y por debajo los estudios medios. De igual manera, aunque practican ecoturismo en la misma proporción de hombres y mujeres, los primeros suelen realizar actividades de observación y las mujeres actividades de descanso y disfrute del alojamiento o bien actividades de recreación al aire libre. Por otro lado, los perfiles que practican ecoturismo, suelen ser turistas que les gusta viajar a entornos naturales o rurales o son aficionados de la naturaleza. Como se puede observar, la mayoría de actividades que realizan los ecoturistas son en contacto con la naturaleza o de categoría cultural y tradicional y en un pequeño porcentaje se encuentra el senderismo, ya que es una práctica de turismo activo que es menos practicado.

2.5. Oferta Ecoturística: establecimientos adheridos y actividades

Comenzaremos con unas pinceladas de la oferta de ecoturismo en España, para luego poder pasar al ámbito más específico que tenemos que abordar. Igual que en el caso anterior, gracias a los datos estadísticos de encuestas que han sido realizadas por la

Secretaría de Estado de Turismo durante el período de tiempo entre enero-mayo de 2018, a la mayoría de empresas adheridas al *Club de Ecoturismo España* con distintas muestras, siendo un total de 91 respuestas que dieron resultados muy interesantes.

Tabla 2.8. Encuesta empresas de actividades adheridas Club de Ecoturismo España

| EMPRESAS DE ACTIVIDADES (35 muestras) | |
|---------------------------------------|--|
| Empresas | Catálogo de actividades (coste menor de 50€) |
| Estacionalidad | Alta (cualquier época del año) → depende actividad |
| Actividades ecoturismo | Rutas de interpretación del medio natural (68,57%), observación de fauna (62,86%), rutas de interpretación cultural (57,14%), educación ambiental (51,43%), observación de flora e insectos y geológica (48,53%), etc. |
| Actividades turismo activo | Senderismo (71,43%), descenso de barrancos y piragüismo (22,86%), rutas con raquetas o con todoterrenos (20%), espeleología (14,29%), etc. |
| Perfil y tipología | Entre 26-65 años (más probable menor de 45 años) |
| Tipología turista | Pareja o familia, grupos de amigos (3-8 personas) |
| Procedencia | Nacional – internacionales (26%) |
| Poder adquisitivo | Medio, medio-alto |

Fuente: elaboración propia a partir de <https://soyecoturista.com>

En función de la presente tabla y las siguientes que veremos a continuación, se puede apreciar que las tres entidades presentan una **estacionalidad** alta y marcada en ciertos meses, por lo general en invierno y en marzo; coincidiendo en que “las épocas más altas de ocupación son: primavera-verano, Semana Santa y puentes y festivos respectivamente”. En cuanto a la **procedencia** de los turistas que les visitan, en todos los casos presenta un porcentaje mayor los de origen nacional, siendo muy bajo el de extranjeros “aproximadamente 30% en los dos primeros casos y un 10% en el último”. Por otra parte, la **estancia media** es más alta en la última tabla (de 3-5 días) y más baja en las dos primeras (2-3 días).

Tabla 2.9. Encuesta empresas de alojamiento adheridas Club de Ecoturismo España

| EMPRESAS DE ALOJAMIENTO (46 muestras) | |
|---------------------------------------|---|
| Empresas y precio medio | Hoteles (3 estrellas), casas rurales y apartamentos turísticos Temporada alta (26-49€/pax y noche) y temporada baja (15-26€/pax y noche) |
| Enclave | Dentro del núcleo urbano (no tienen porque estar en un espacio protegido) → 60% alojamientos en establecimientos rehabilitados |
| Oferta | Servicios de restauración (productos temporada y KM0) y actividades complementarias en la naturaleza (45% alojamientos) |

| | |
|-------------------------------------|--|
| Perfil y tipología | Entre 26-45 y 46-65 años (96%) y menores de 25 años (4%) Pareja o grupos (de 2 o de 3-5 personas) |
| Procedencia y estancia media | Nacional (70%) – internacionales (30%) De 2-3 días |
| Poder adquisitivo | Medio- alto o medio |

Fuente: elaboración propia a partir de <https://soyecoturista.com>

De igual manera que en el caso anterior de la procedencia, podemos apreciar que en las dos primeras tablas coinciden el **tipo y el grupo de perfil** (26-65 años y en pareja o familia de 2-8 personas) mientras que en la última, que veremos a continuación, se ve modificada (26-45 y menores de 25 años, en grupos de más de 15 personas).

Según los datos que apreciamos en esta tabla y en la posterior, se puede observar que ambas empresas “utilizan **edificios rehabilitados**”. Sin embargo, las empresas de esta tabla no tienen porque estar obligatoriamente en un **paraje protegido** y las de la tabla siguiente sí.

Tabla 2.10. Encuesta empresas de alojamiento adheridas Club de Ecoturismo España

| EMPRESAS DE ACTIVIDADES Y ALOJAMIENTO CONJUNTO (10 muestras) | |
|--|--|
| Enfoque y actividades | Centro educación ambiental y aulas de naturaleza → rutas interpretación naturaleza y educación ambiental (100%), observación fauna, flora e interpretación patrimonio cultural (90%) y senderismo. |
| Empresas y precio medio | Albergue o pensión (categoría baja) y casa rural (categoría superior-media) Temporada alta (26-49€/pax y noche) y temporada baja (16-25€/pax y noche) |
| Enclave | Fuera del núcleo urbano (tienen que estar en un espacio protegido) → 60% alojamientos en edificios antiguos y tradicionales rehabilitados |
| Oferta | Servicios de restauración (productos temporada y KM0) y actividades complementarias en la naturaleza (45% alojamientos) y 25€/persona |
| Estacionalidad y ocupación | Marcada (dependiendo época del año) y ocupación general (30-75%) → primavera y verano (90-70%), Semana Santa (70%) festivos (50%) |
| Perfil y tipología | Entre 26-45 años y menores de 25 años → Grupos: más de 15 personas |
| Procedencia y estancia media | Nacional– internacionales (10%). Estancia de 3-5 días |
| Poder adquisitivo | Medio |

Fuente: elaboración propia a partir de <https://soyecoturista.com>

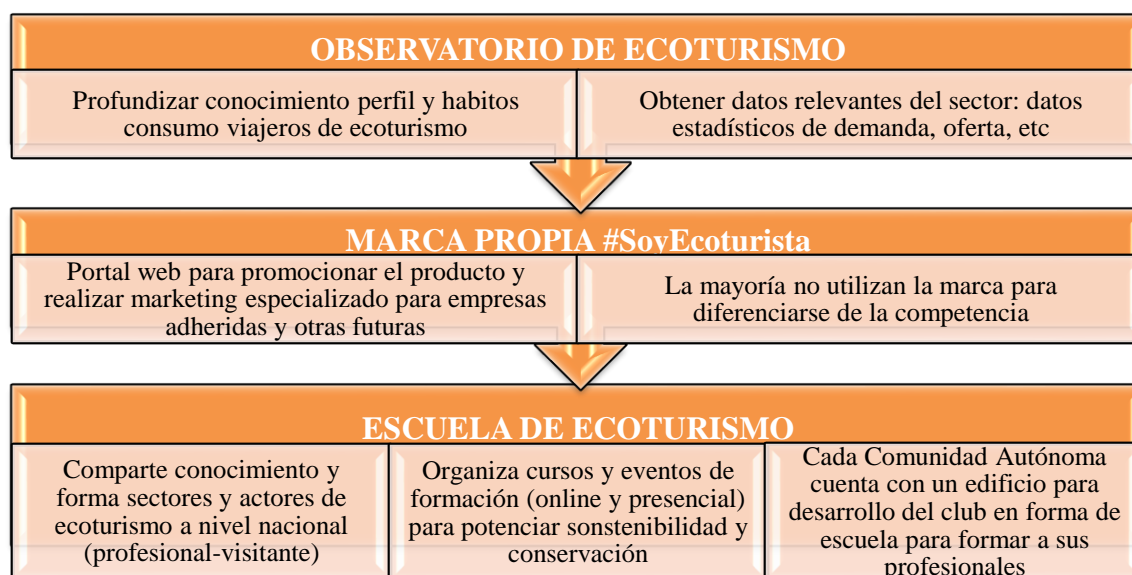
En cuanto al **poder adquisitivo** del que disponen, aproximadamente coinciden todas en medio-alto, disminuyendo un poco en esta última empresa. Aunque todas concuerdan en que “las **actividades más demandadas** son: las rutas interpretativas del medio natural, la observación de la fauna y de la flora y el senderismo”. En las dos últimas

tablas también se afirma que se demandan sus otros **servicios** (restauración de KM0). [...] Por último, en cuanto a la tipología de **precios**, vemos que en todas las tablas coinciden el precio de las **actividades**, teniendo un coste aproximadamente de 25€/persona y también los **precios de los alojamientos** son similares tanto en temporada alta como baja en todas las empresas (Asociación Ecoturismo España, 2018, pp.6-18).

2.6. Club de Ecoturismo España. Avanzando cada vez más

El **Club de Ecoturismo** es un clúster, Club de Producto, fundado en el año 2010 a nivel nacional por la Asociación de Ecoturismo España (AEE), para potenciar el turismo sostenible, en aspectos de ecoturismo en los Espacios Naturales Protegidos. Además de defender el ecoturismo sostenible “contribuye a la conservación de la biodiversidad y al desarrollo sostenible local de espacios naturales” (UNWTO, 2017). Está compuesto por un conjunto de agentes muy heterogéneo: 85 socios, 10 comunidades autónomas, 800 empresas turísticas representadas, la junta directiva y 23 destinos con espacios protegidos -Espacio Natural Protegido con la CETS, Red de Reservas de las Biosfera Española, Red Natura 2000 y Geoparques- (Club Ecoturismo España, 2018).

Como iniciativa pionera en España, podemos destacar que ofrece experiencias de ecoturismo reales, es decir, ejemplos de buenas prácticas que se realizan en los espacios protegidos de las diferentes comunidades españolas que forman parte del proyecto, con la multitud de actividades que engloba el ecoturismo (el ecoturista, 2017). Todas ellas, son de carácter sostenible, contribuyen al desarrollo local, respetan el medio ambiente, conservan estos espacios protegidos y por supuesto, promueven la cultura y un turismo participativo en todo momento. Cumple los principios que establece la Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Protegidos (EUROPARC) y su gestor principal es TUREBE -Agrupación Empresarial Innovadora de Ecoturismo- (Gómez-Limón, 2013).



Cuadro 2.13. Herramientas Club de Ecoturismo España para mejora y avance de la asociación

Fuente: elaboración propia a partir de (Club de Ecoturismo España, 2018)

A continuación, veremos un mapa con todas aquellas comunidades que están adheridas al Club en el **VI seminario**, celebrado en el año 2018.

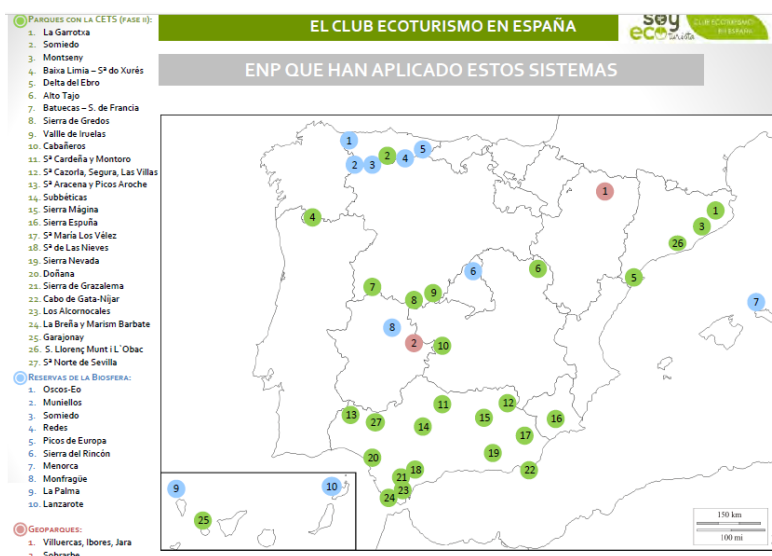


Figura 2.3. ENP adheridos al Club de Ecoturismo

Fuente: <http://www.redeuroparc.org/>

Aunque se ha realizado el **VII seminario del Club de Ecoturismo España** del 6-12 de junio de 2019 y podemos ver el avance que ha tenido esta entidad desde sus comienzos; a primera vista podemos decir que no se ha unido ningún espacio nuevo al Club de Ecoturismo España, ya que la asociación no ha presentado un nuevo mapa con los destinos adheridos, es decir, mantiene el del año 2018. [...] Sin embargo, algunos de los progresos que sí podemos destacar de este seminario son:



Cuadro 2.14. Progresos VII Seminario del Club de Ecoturismo España

Fuente: elaboración propia a partir de (MITECO, 2019, pp. 4-6)

Aunque en muchas comunidades se ha asentado muy bien la idea del ecoturismo y presentan muchas actividades para poder realizar, me gustaría destacar el caso de la Región de Murcia. Ya que contando con una sola zona adherida a este proyecto, como es el Parque Regional de Sierra Espuña, a pesar de ser una comunidad menos extensa que todas las demás, presenta un catálogo de actividades en consonancia con los principios que establecieron en las Tablas de Daimiel (2016), además de tener relación con la base del turismo naranja, haciendo énfasis por ejemplo en la práctica de actividades tradicionales como visitas guiadas para aprender “el funcionamiento y proceso de elaboración del pan tradicional y ecológico”. Un nexo de unión muy interesante que se puede potenciar y ampliar (Experiencias, s.f., Sierra Espuña).

Sin embargo, bajo una detenida observación, considero que una de las cosas que se pueden apreciar es la falta de coordinación entre las Administraciones Públicas del destino, así como las Oficinas de Turismo de las Comunidades y el Club, ya que no se muestra el gran esfuerzo que realiza la asociación para potenciar el ecoturismo en estas zonas. Por ejemplo en base a la promoción, en cierta manera, el Club de Ecoturismo da más énfasis a las actividades que se pueden realizar o a las empresas que están adheridas y las Administraciones Públicas no realizan ese trabajo. Por lo que podemos concluir que los principios de coordinación y colaboración que establece la Gobernanza, no están muy asentados entre todos los agentes que están adheridos al Club y aun le falta mucho por avanzar.

2.7. Turismo Smart. Aplicación práctica

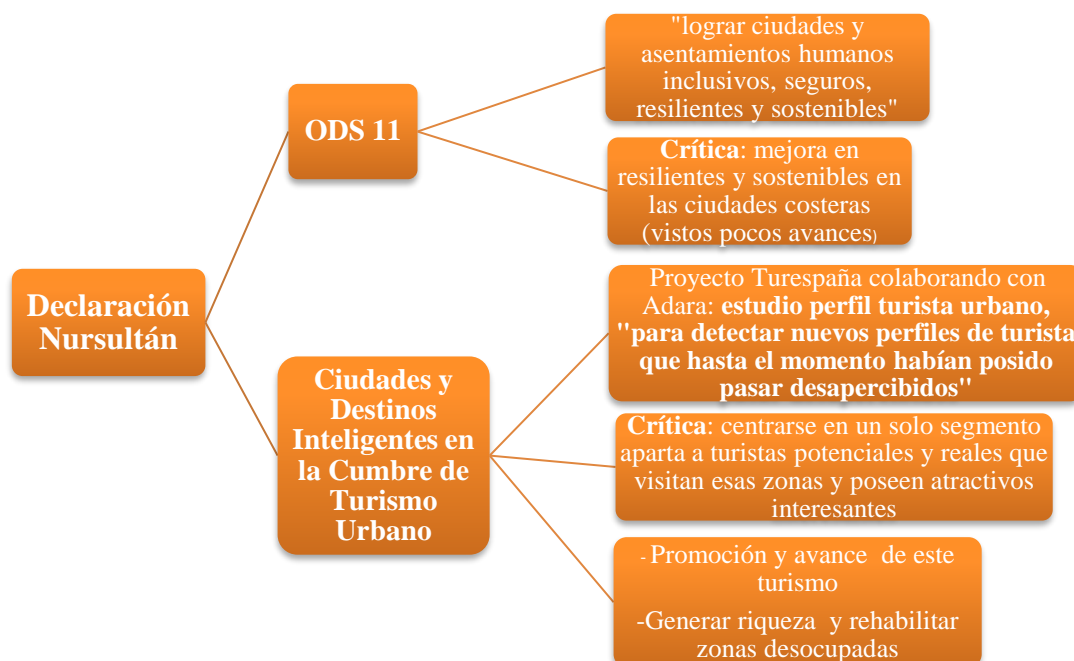
Actualmente, según el modo en que la tecnología y en general el mundo de las TICS han avanzado, España es el tercer país que mejor tiene desarrollado el mundo del turismo inteligente. Aunque es cierto que no cuenta con un plan de turismo inteligente específico, sí que existe el **Plan Nacional de Ciudades Inteligentes** (2015) como hoja de ruta para el desarrollo de este tipo de turismo en los destinos. De igual manera, está muy unido a la consecución del turismo sostenible, hecho destacable que ya se apreció en las **Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030**. Por otro lado, fijándonos en el último objetivo que se expuso en el plan de 2015:

Contribuir al desarrollo económico maximizando el impacto de las políticas públicas en TIC para mejorar la productividad y la competitividad, y transformar y modernizar la economía y sociedad española mediante un uso eficaz e intensivo de las TIC por la ciudadanía, empresas y administraciones (SETID, 2015, p.10)

O en la definición de Smart Tourism que propuso la OMT (2018), ambos coinciden en una estrategia de turismo sostenible e incluso para todos, a corto y largo plazo. En definitiva las bases de los principios fundamentales de los ODS2030.

Aunque las ciudades inteligentes contemplan que tienen que estar formadas por cinco pilares: sostenibilidad, accesibilidad, innovación, gobernanza y tecnología. En España, la línea que más se ha desarrollado es la de **innovación**, realizando actuaciones de esa gama la mayoría de las ciudades englobadas en el mundo de los destinos inteligentes (Rodríguez, 24 de abril 2019), incluyendo análisis open-data, big-data y la realidad virtual, “teniendo un gran impacto en el mundo del turismo” gracias a su recuperación y muestra del patrimonio destruido o dañado en el tiempo (Alonso, 2019, p.21). De igual manera que cualquier planificación, las ciudades que poseen este calificativo están en constante revisión y evaluación, por lo que la inclusión de pilares tan importantes como el de sostenibilidad para tener en cuenta “los impactos que se pueden producir en la población local, así como la eficiencia y la economía colaborativa que pueden promocionar un uso óptimo de los recursos disponibles” [...] O el principio de accesibilidad unido al tecnológico para que todas las incorporaciones digitales estén pensadas para cualquier persona sin discriminar su capacidad (Rodríguez, 24 de abril 2019). Sí volvemos al caso nacional, Muñoz (11 de octubre 2019) nos expone que en la

Declaración de Nursultán celebrada en octubre del año pasado, se comentó la contribución que está realizando el turismo al **Objetivo 11 de la Agenda de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible:**



Cuadro 2.15. Resultados Declaración de Nursultán

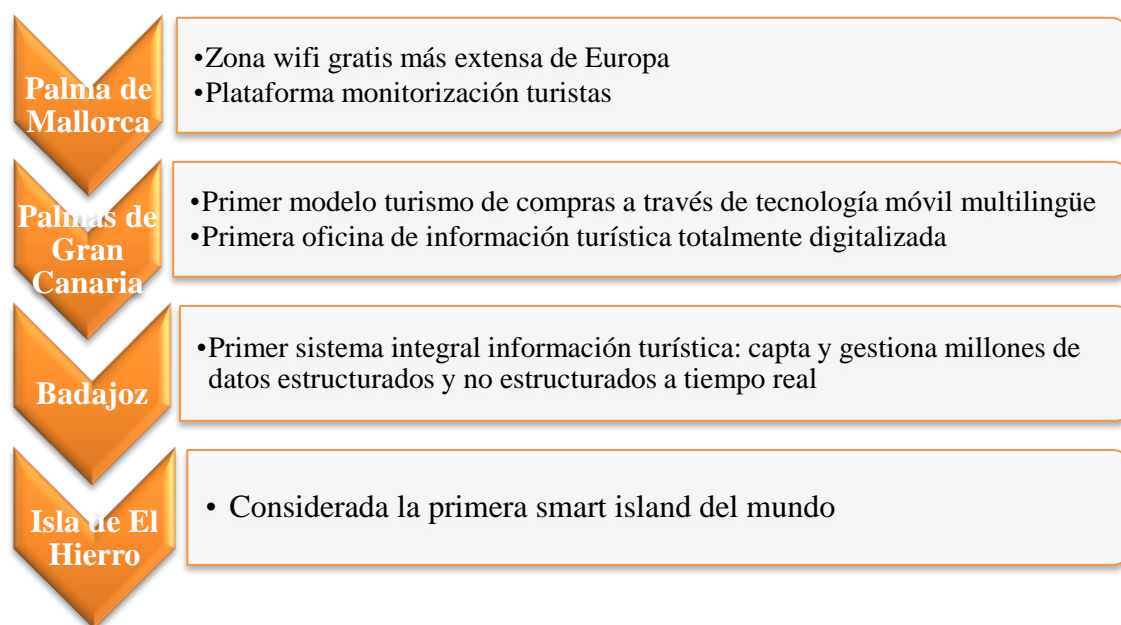
Fuente: elaboración propia a partir de (Buendía, 28 de noviembre 2018).

Cuando hablamos de ciudades inteligentes, hay que valorar que poseen un gran potencial para además de incidir en los aspectos que comentamos con anterioridad, en mejorar las experiencias de los turistas en destino. Por lo que sí conseguimos que “tecnología y turismo se unan podemos ofrecer un clima distinto que justifique la transición desde un modelo expansivo hacia un modelo turístico exclusivo” (Jurado, 27 de febrero 2019), es decir, podremos alcanzar ser un país competitivo y tener un turismo que no sea estacional y que evite las masificaciones, en definitiva un turismo de calidad.

Uno de los casos muy recientes que podemos apreciar, es el que observamos en la noticia “La “España vaciada” como puede ayudar a las smart cities” (3 de febrero 2020) narrándonos la confianza depositada por varias comunidades españolas en la empresa **Minsait**, responsable de la compañía Indra, “con la que buscan mejorar la calidad de vida de su población, impulsar medidas sostenibles para cuidar el medio ambiente o promocionarse como destino turístico con el fin de frenar el éxodo de sus habitantes hacia las grandes ciudades”. [...] Esta compañía ofrece sistemas que permiten mejorar la conservación del patrimonio histórico y rural, conocer y establecer el perfil y el número de turistas que visitan el destino, control de flujo de viajeros con una amplia

oferta de alternativas en cuanto a itinerarios ofrecido a través de canales digitales, además de incorporar medidas para cuidar el medio ambiente, puntos de información y paradas de transporte sostenibles y eficientes.

Otro de los hechos que podemos destacar, lo encontramos en la noticia “Big data para la gestión sostenible de destino” donde se afirmó el cumplimiento de una de las conclusiones que se estableció en el **IV Congreso de Ciudades Inteligentes de 2018**: “afrontar el turismo de masas, con el fin de que todos los agentes del destino, turistas, residentes y empresas, puedan integrarse y convivir a través de la tecnología, la innovación y el conocimiento” (Buendía, 28 de noviembre 2018). De acuerdo con la autora, el resultado es en gran medida visible, ya que se ha incrementado la diversificación de los tipos de turismo y consecución de un turismo de calidad y alejado de la estacionalidad. De igual manera, la *Secretaría de Estado de Turismo* (2019), tiene publicado un proyecto “el DTI” para fomentar la innovación y con ello la sostenibilidad; además de señalar el *Libro Blanco de Destinos Inteligentes* (SEGITTUR, 2012), un compendio de buenas prácticas también para las ciudades inteligentes.



Cuadro 2.16. Planes piloto 2012-2015 (ejemplos de buenas prácticas)

Fuente: elaboración propia a partir de (Socías, s.f., p.11).

CAPITULO 3
MARCO METODOLÓGICO: ¿CÓMO LO
CONSEGUIMOS?

3.1. Objetivos de la investigación

1) Aproximación al nuevo paradigma de desarrollo turístico **Sostenible** y los diferentes términos que se relacionan con él (ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo accesible o turismo responsable)

- Descripción del concepto y las tipologías que suscita.
- Características principales del nuevo modelo y los impactos que conlleva, con especial atención a la gobernanza.
- Detectar y analizar buenas prácticas en turismo de naturaleza sostenible
- Conocer el marco institucional, especialmente en España y Murcia para detectar si se está apoyando con planes públicos el turismo de naturaleza y el turismo sostenible.
- Análisis del turismo smart en su relación con el turismo sostenible.

2) Analizar el nivel de implementación e inclusión del turismo de naturaleza sostenible y la complementariedad de otros tipos de turismo en los distintos territorios de la Región de Murcia.

- Conocer los recursos de los que se dispone y su puesta en valor.
- Conocimiento de los productos, actividades ofertadas y servicios de alojamiento y restauración que ofrece el municipio
- Conocer los agentes y las actuaciones que están llevando a cabo en cuanto a la planificación, la gestión y el nivel de Gobernanza turística en base a los indicadores europeos
- Estudio de la imagen de destino que tiene y la que persigue, y un análisis intensivo de sus redes sociales, así como la publicación de contenidos
- Conocimiento de las certificaciones institucionales de carácter general y ambiental que hay en el territorio, además de la profundización en la CETS
- Estudio de los tipos de turismo complementarios no estacionales al turismo de sol y playa de las zonas costeras de la región

3) Crear una propuesta de **Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible** en la Región de Murcia.

3.2. Preguntas de investigación

- 1) ¿Según el contexto del siglo XXI en el que nos encontramos, hasta qué punto podemos decir que en nuestro territorio se estén poniendo en valor todos los recursos y el patrimonio turístico en general?
- 2) ¿En qué situación se encuentra nuestro territorio respecto a la planificación, gestión e implantación de la sostenibilidad en el turismo?
- 3) ¿Qué tipo de certificaciones posee el territorio en su conjunto? ¿Además, dispone de alguna de carácter ambiental, ecológica o sostenible?
- 4) ¿Qué se podría hacer para avanzar en la diversificación del turismo en la región? ¿Apostándose por el turismo de naturaleza, se conseguiría la mejora y/o implantación del turismo sostenible para hacer al territorio más atractivo y competitivo?

3.3. Técnicas de investigación

En esta investigación, la primera fase que se ha llevado a cabo es de búsqueda documental online, nos hemos informado acerca del territorio, hemos profundizado en los recursos que tiene, hemos comprobado si está integrada la idea de patrimonio del siglo XXI y también hemos tomado información relacionada con las políticas de planificación de turismo que se están llevando a cabo; para después evaluar si inciden en aspectos del nuevo paradigma, es decir, un turismo sostenible para todos. Además de conocer de manera exhaustiva el marco institucional del territorio, los planes de turismo que giran en torno a él y los ejemplos de buenas prácticas que encontramos en el ámbito nacional e internacional. Cuando hablamos de buenas prácticas, tiene que ser en un conjunto global, en las franjas de turismo sostenible de naturaleza y observándose una sostenibilidad en sus cuatro aspectos y una buena gobernanza. De las 40 prácticas que se han leído, hemos seleccionado un total de 10 (5 nacionales y 5 internacionales).

De igual manera, en relación con todo lo descrito anteriormente, se ha investigado quienes son los actores que se encargan de desarrollar estas actuaciones, no solo en base a la planificación del territorio, sino también a la promoción e imagen de destino. Por otro lado, se han estudiado los impactos del tradicional modelo de masas con los del nuevo modelo para después definir el principal concepto: **Turismo Sostenible**, y otros términos importantes como: Turismo de naturaleza, Ecoturismo, Turismo rural,

Turismo Activo, Turismo Naranja, Ecoturismo marino, entre otros. Desde otra perspectiva de la planificación, otro de los puntos sobre los que se ha profundizado son las certificaciones; estudiando cuales existen de manera global (Europa, España y el Mundo) y cuales hay en el territorio y cuáles carecen de ellas.

Una vez estudiado el territorio en su conjunto, concretamos preguntas y objetivos que queríamos conseguir con la investigación, y posteriormente, los datos que no habíamos encontrado, los intentamos crear nosotros con entrevistas a actores destacados de la región. Algunos de los términos que se utilizaron para encontrar la información mencionada antes fueron: “Murcia territorio”, “Turismo en Murcia”, “Oficina de turismo Murcia”, “Instituto de Turismo de Murcia”, “Estadísticas de Murcia”, “Planes de turismo en Murcia”, “turismo de naturaleza en Murcia”, “Certificaciones ambientales Murcia”, etc. Por último, considerando toda la información que recopilamos, se vieron los aspectos positivos y negativos del destino en un Análisis DAFO y se finalizó el trabajo realizando una propuesta para la mejora del turismo de naturaleza en el territorio con un **Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible en la Región de Murcia.**

Relacionado con las fuentes primarias, se pasará a indicar una breve lista de las preguntas de la entrevista: ¿Por qué sólo hay tres alojamientos sostenibles y no se está trabajando en ello?, ¿Se están llevando cambios en la oferta hotelera para ser más sostenibles? ¿Se están implando medidas para conseguir certificaciones ecológicas en el territorio?, ¿Se están realizando acciones para lograr la sostenibilidad? ¿Por qué no encontramos una lista completa oficial con todos los recursos naturales, culturales y folclóricos del territorio? ¿Por qué no se ha creado un plan propio de turismo sostenible? ¿Siendo una zona con una gastronomía muy importante, no se está potenciando la obtención de la certificación de kilómetro cero?

En cuanto a la obtención de datos primarios, se quiso realizar cuatro entrevistas, sin embargo, solo colaboró la Oficina de Turismo, los otros tres agentes no respondieron. Aunque al final del trabajo, en el *Anexo 3* encontraremos la entrevista completa, podemos decir que gracias a la entrevista conocimos una nueva página web en la que venían todos los recursos patrimoniales, nos reconocieron que los datos a cerca de los alojamientos estaban desfasados en la página del ITREM y nos contaron las acciones que estaban realizando con el cambio de imagen del territorio para lograr un turismo sostenible.

CAPITULO 4
ESTUDIO DE CASO. HACIA LA SOSTENIBILIDAD
Y DIVERSIFICACIÓN DE LA REGIÓN DE
MURCIA

Antes de adentrarnos en el estudio de caso me gustaría señalar que debido a la amplitud y variedad de temas tratados en el presente capítulo, encontraremos más información en los Anexos que se localizan al final del trabajo: *anexo I. Datos informativos del entorno turístico de la Región de Murcia, anexo II. Datos estadísticos de la Región de Murcia, anexo IV. Planificación y gestión de la Región de Murcia y anexo V. Boceto completo del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024*. Con ellos se pretende ayudar al lector a entender y comprender mejor todo lo planteado en este capítulo.

4.1. Estudio del patrimonio turístico: infravaloración del potencial patrimonial

La Región de Murcia, aun siendo una comunidad uniprovincial, está formada por un territorio muy extenso y variado en base a los recursos con los que cuenta. La comunidad posee un importante patrimonio escondido por todas las ciudades que componen el territorio, pero principalmente está centrado en las tipologías de carácter natural y cultural de las grandes ciudades: Águilas, Caravaca de la Cruz, Cartagena, Lorca, Mazarrón y Murcia; pues son las que están más puestas en valor turísticamente hablando (Región de Murcia Digital).

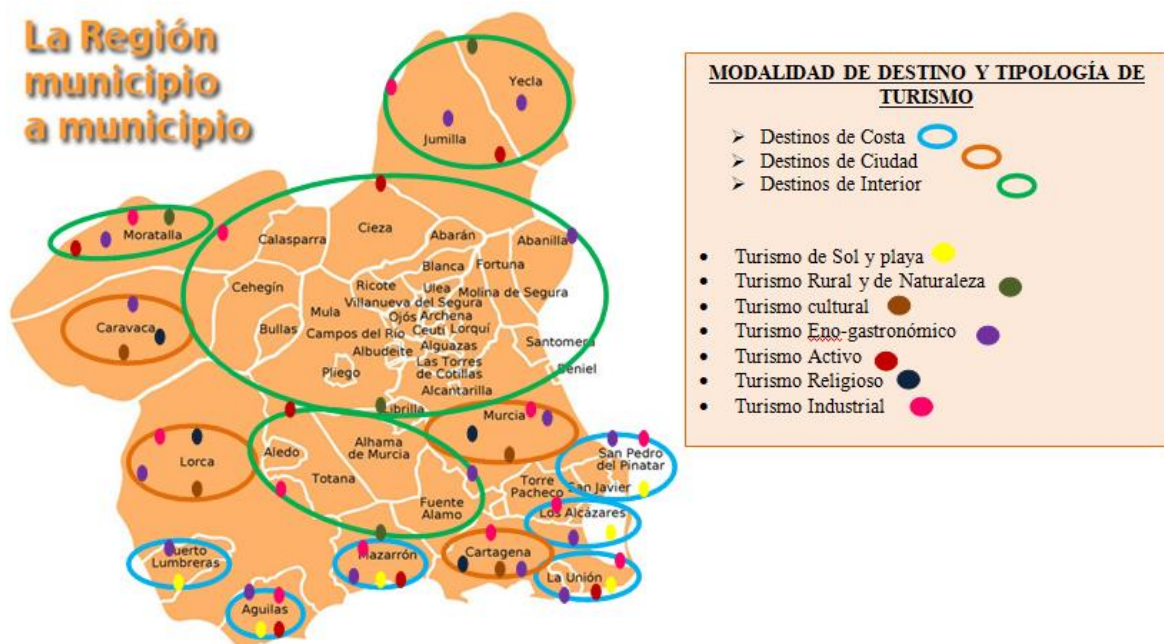


Figura 4.4. Clasificación de los territorios de la región por tipologías y zonas turísticas
Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.murciaturistica.es/> y <https://www.regmurcia.com/>

Antiguamente, fue un municipio dedicado a la agricultura, la salinidad y la industria (jabones, cerámicas, salazones, conservas, y harina) lo cual, en algunas ocasiones se ha podido explotar y ha generado un interés turístico; creando el ecoturismo o el turismo industrial. Los casos que se pueden destacar son: la Huerta de Murcia y las Salinas de San Pedro del Pinatar, uniéndose allí todos los recursos naturales, culturales, materiales e inmateriales en una imagen de patrimonio integrado que gira en torno a estos emplazamientos y los pone en valor de una manera más activa y potencial. Sin embargo, el patrimonio de la industria no se ha desarrollado del todo, ya que se cerraron las fábricas y no se ha continuado con su explotación como producto turístico para enseñar a los turistas los oficios tradicionales (Palazón, 2018, p.493). De igual manera que ocurre en el ámbito del turismo industrial, la región también presenta un amplio catálogo de recursos culturales en todas sus zonas: rurales, centro histórico y costa. No obstante, muchos de estos recursos no están puestos en valor, dándoles importancia a los más comunes de visitar como: el Castillo de Caravaca de la Cruz, el Teatro Romano de Cartagena, el Castillo y la Casa Consistorial en Lorca, el Castillo de Monteagudo, la Catedral y el Teatro Romea en Murcia, entre muchos otros popularmente conocidos (Región de Murcia Digital, Patrimonio por Municipios).

Por lo que en función de los casos que hemos visto, se puede observar recursos infrautilizados en varios ámbitos: espacios naturales e industriales que tienen especial relevancia por sus características y que se podrían incluir en la imagen de un patrimonio completo, o recursos culturales menos conocidos pero que cuentan con un alto interés turístico por su emplazamiento, ritos y leyendas históricas que circulan por ellos. No obstante, los turistas y empresas tanto de turismo activo como culturales, no les han dado la misma importancia e igual valor turístico que a otros paisajes más conocidos como el Parque Regional de Sierra Espuña o al conjunto monumental de Cartagena



Cuadro 4.17. Ejemplos de recursos patrimoniales infrautilizados

Fuente: elaboración propia a partir de (Cebrián, 2005, pp.71-75 y <https://www.regmurcia.com/>)

Por tanto, en términos de patrimonio global, no se está potenciando el conjunto del territorio, ya que incluso existiendo leyendas que podrían reforzar el patrimonio inmaterial y conseguir la interrelación de este, no se está llevando a cabo en todos los espacios. Y en el nuevo paradigma del siglo XXI es fundamental la integración de todos los recursos para apostar por un destino turístico renovado, abierto y de calidad.

Introduciendo el punto siguiente del que hablaremos, nos vamos a centrar en los **productos o actividades** que se han desarrollado a partir del patrimonio turístico que posee el territorio. Los espacios más importantes de la región cuentan con calificativos tan distinguidos como: Parques Regionales, Espacios Naturales, Paisajes Protegidos, Zonas de Especial Protección para Aves (ZEPA), entre otros; donde el foco de turistas se reparte en ellos. En cambio, esto no resulta tan beneficioso para el territorio ya que aunque tenemos multitud de recursos para contemplar, las empresas de turismo siguen comercializando en mayor proporción actividades en los paisajes más conocidos, por lo que aumentan la capacidad de carga y la huella de carbono, y no hacen un buen uso del medio para su conservación (MITECO, s.f., pp.21-27).

No obstante, “el patrimonio por sí mismo no es un recurso turístico ya que, para conseguir esa funcionalidad, es necesario que genere un interés por parte de la demanda turística para visitarlo” (Millán, 2017, pp.88-89). [...] Por lo que para poder desviar la

capacidad de carga de zonas tan frecuentadas y generar nuevos intereses, además de hacer un uso más responsable del territorio, primero habría que producir un interés creciente de la demanda con la ayuda de la promoción e imagen de marca intensiva.

4.2. Estudio de la Oferta: acciones insuficientes para avanzar en la sostenibilidad

4.2.1. Empresas de turismo. Diversidad de productos ofertados

En función de los recursos que hemos hablado con anterioridad, podemos decir que en la Región de Murcia se está impulsando el turismo de naturaleza con todas sus variantes, por lo que la existencia de múltiples empresas de **turismo activo** nos resulta atractiva. Aunque hay una amplia lista por los distintos municipios, las más destacadas en este segmento de interior son: “QALAT Naturaleza y Aventura”, y “CAÑONYCAÑON”. [...] Estas dos empresas son las que más actividades ofertadas tienen en los principales espacios turísticos. Por otro lado, muy unido a estas empresas se pueden encontrar otras que ofrecen actividades en las zonas de costa “CETACEOS Y NAVEGACIÓN” y “ADVENTURE-DIVERS”, comercializando productos centrados en la tipología de **turismo mariner** y **turismo activo acuático**. Por otro lado, en el **terreno cultural** existen menos empresas que comercialicen estos servicios, la principal de ellas es “ALDABA SERVICIOS TURÍSTICOS Y CULTURALES”. Nos ofrece las principales actividades que circulan en torno al turismo cultural, histórico y religioso. O en el caso de la Administración Pública, ayuntamientos como el de la ciudad de Murcia o la Consejería de Cultura y Turismo de Lorca crean actividades para la promoción y comercialización de este tipo de turismo durante todas las épocas del año. Por ejemplo, las actividades que se realizan en el centro de visitantes de **Lorca Taller del Tiempo**, cuyos inicios fueron en el año 2003, se han estado introduciendo propuestas innovadoras en el turismo cultural de una manera más sostenible y más auténtica, además de utilizarlo para la recuperación del patrimonio, causado por el terremoto que acaeció en Lorca en el 2011. Contando en la actualidad con muchos turistas que se acercan a la ciudad para visitar La Fortaleza del Sol, el Castillo o el Barrio Judío con su Sinagoga del siglo XV (Región de Murcia, 2015). En cambio, a pesar de todas las

actuaciones que se están llevando a cabo, todos los recursos que tenemos en el territorio no se han convertido en un producto turístico.

| | |
|--------------------------------|---|
| Turismo de Naturaleza | <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo varios niveles (Cañón de Almádenes, Parque Regional de Calblanque, Monte de las Cenizas o Sierra Espuña). • Turismo ornitológico, prácticas de avistamiento Águila Real (Parque Regional de Sierra Espuña) <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo y rutas montaña con bicicletas (Jumilla, Bullas y Moratalla) • Enoturismo, ruta del vino por bodegas (Yecla, Bullas y Jumilla) • Arqueología y espeleología por las regiones de Murcia, rutas interpretativas, paseos a caballo y ruta de las mariposas (Parque Regional de Calblanque) |
| Turismo activo acuático | <ul style="list-style-type: none"> • Snorkel, kayak, paseo en barco hacia islotes, barranquismo, descenso del río Segura • Observación de fauna marina como cetáceos, coasteering en Isla Plana (Cartagena), buceo en Cabo de Palos e Islas Hormigas |
| Turismo cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas por el centro histórico, visita a monumentos más representativos (iglesias y catedrales) y visitas teatralizadas -empresa privada- • Actividades de carácter gratuito por algunos de los parajes que comercializa el sector privado -Administraciones Públicas (Ayuntamientos y Oficinas de Turismo)- |

Cuadro 4.18. Actividades por tipología comercializadas por las empresas del sector

Fuente: elaboración propia a partir de (ITREM y Ayuntamiento de Murcia)

Por otro lado, en relación a los gustos de la demanda del siglo XXI, además de estas empresas que distribuyen las actividades más practicadas, existen otras que ofrecen una experiencia global para el turista, potenciando en su conjunto el patrimonio. Algunas de esas empresas que podemos mencionar son: “POSIDONIA TURISMO, “AIRGLOBO” y “ASTRONOTUYA”. Su catálogo de productos va desde rutas interpretativas guiadas por la montaña o parajes relevantes del territorio, talleres, actividades de educación ambiental (más centrado en el ecoturismo) hasta actividades como paseos en globo sobrevolando Sierra Espuña y algunas más novedosas pertenecientes al turismo experiencial como: el astroturismo en la Manga del Mar Menor, talleres gastronómicos por la capital, cenas privadas en el Castillo de Lorca o visitas tematizadas como al Museo del Licor 43 situado en Cartagena. (ITREM, Espacios Temáticos).

Además de las actividades centradas en el turismo industrial como las rutas interpretadas por el Parque Natural de las Salinas y Arenales de San Pedro del Pinatar, o el nuevo foco que podría imponerse en ciertas áreas de la región: el **turismo naranja**, fomentando talleres para acercarse a las tradiciones y usos del campo y la Huerta, o a la fabricación de productos característicos (Diario La Verdad, 27 de septiembre 2019).

Según los gustos de la demanda que observaremos posteriormente, podemos afirmar que en algunos aspectos vemos que el territorio sí se ha adaptado, pero en muchos otros aún falta por profundizar en las variantes del turismo experiencial, en definitiva que sea sostenible y de calidad. Si consultamos la página web oficial de turismo (<https://www.murciaturistica.es/>), vemos que la imagen que presenta se corresponde con la demanda actual de turismo de naturaleza. Sin embargo, falta potenciar el turismo industrial en otras zonas, como se ha hecho con las Salinas y crear el turismo naranja desarrollado en comunidades como Toledo o Galicia; además de cubrir la calidad en alojamientos, certificándoles y convirtiéndoles en sostenibles.

4.2.2. **Heterogeneidad de alojamientos pero con escasas certificaciones**

Relativo a la oferta hotelera encontramos diversidad de alojamientos con sus tipologías y rango establecidos. Tenemos variedad de establecimientos distribuidos por todo el territorio y las categorías que podemos distinguir son: hoteles (desde 1* hasta 5*), pensiones (de 1* y 2*), apartamentos (desde 1 llave a 3 llaves), casas rurales, campings y alojamientos vacacionales. Como es evidente, en función de la zona en la que estemos predominarán más unos que otros. En el caso de la **zona de costa**, los hoteles en general y los de categorías más altas junto a los alojamientos vacacionales, son los más ofertados debido a los gustos de la demanda. De igual manera, en las **zonas de interior** (casco histórico) son más demandados los apartamentos en su mayoría y también los hoteles de menor categoría y las pensiones, pues como veremos en el estudio de la demanda la duración de la estancia en la ciudad de Murcia es menor que en otras zonas. Y por último, en las **zonas rurales** lo predominante son las casas rurales y los campings, ya que es lo que encaja con el paisaje y lo más apropiado para esas zonas (CARM, oferta turística, 2019).

Podemos apreciar escasos alojamiento con certificación de calidad y ecológica, ya que de los 1839 alojamientos totales, ninguno de ellos cuenta con una certificación de carácter ambiental. Además, sólo el 15% tienen la certificación de la Q de Calidad turística y/o el Compromiso de Calidad. Y por último, solo aparecen tres alojamientos que sean de carácter sostenible pero no figuran directamente en la web oficial de Turismo de la Región de Murcia, por lo que el conocimiento de estos establecimientos es nulo por parte de los turistas (ITREM, alojamientos; Ecotur.es, alojamientos rurales). Asimismo, también se observa la falta de certificaciones de accesibilidad en la mayoría

de los alojamientos turísticos. Al poseer esa certificación alojamientos de menor categoría y de menor calidad se puede deducir que hay un problema importante en las infraestructuras hoteleras, ya que en el siglo XXI deberían de estar adaptados y ser accesibles ante cualquier problema de movilidad todos los establecimientos hoteleros. Ya no solo para que puedan acceder personas con alguna minusvalía, sino que si un establecimiento no es accesible por tanto nunca podrá ser sostenible.

En relación a lo anterior, como la oferta hotelera está madura se está intentando remodelar y se espera que den más importancia a la sostenibilidad de estos alojamientos y por su puesto la responsabilidad con el entorno y el medio ambiente. Ya que se posee una considerable capacidad hotelera, pero en la actualidad está algo obsoleta, un claro ejemplo de ello es la gran cadena NH, contando solo con tres hoteles en toda la región (uno en Murcia y dos en Cartagena) y ninguno de ellos posee certificaciones de accesibilidad y calidad. Hablando de una cadena tan prestigiosa, sería interesante que impusieran las acciones de Responsabilidad Social Corporativa que están llevando a nivel internacional y nacional en otros territorios, también en los hoteles de la región. (NH Hotel Group, RSC Sostenibilidad).

Por otro lado, no visualizamos que sean sostenibles la cantidad de alojamientos rurales que aparecen en las zonas Noreste y Sureste de Murcia y de variadas categorías, tampoco responsables con el medio ambiente o estén aplicando alguna medida correctiva para conseguirlo y como tal obtener la certificación de establecimiento ambiental/sostenible; exceptuando a “Finca las Nieves, “Cortijo Los Gorros” y “Centro de Agroecología y Medio Ambiente” (Ecotur, 2020, Establecimientos Murcia). Por lo que como veremos más adelante, la oferta se está adaptando considerablemente a la demanda, pues cada vez es más el aumento de los alojamientos vacacionales y los apartamentos que aparecen repartidos por toda la región. (Balance turístico de la Región de Murcia, 2018).

En resumen, los alojamientos turísticos que posee el territorio tienen una calidad de nivel medio ya que sí que son competentes en precios y tipologías favoreciendo las necesidades y gustos de la demanda, pero no están adaptados al nuevo modelo sostenible; pues a día de hoy, la mayoría de ellos no presentan certificaciones ambientales ni accesibles, que puedan acreditar la puesta en práctica de los valores medioambientales y el interés de las empresas hacia la sostenibilidad.

4.2.3. Ausencia km0 en restauración

Al igual que en el caso de la oferta de alojamiento, en la restauración también se cuenta con gran cantidad de restaurantes de diferentes tipologías en casi todas las zonas, poseyendo localizaciones adecuadas y una buena distribución.

Además de las comúnmente conocidas cadenas de comida rápida (McDonald's, Foster Hollywood, Burger King, etc.), también existen restaurantes más tradicionales como las típicas marisquerías de la costa, asadores, bares de tapas representativas de la zona, etc. Diferenciando el mercado de turismo internacional, podemos asegurar que existen restaurantes de diversas tipologías, y adaptados en algunos de ellos los horarios. (ITREM, restaurantes)

Desde otra perspectiva, vemos que no existen restaurantes que tengan una certificación de establecimiento sostenible ni responsable con el medio ambiente. Destacable es que del conjunto total de establecimientos, solo un 4% posee alguna certificación de carácter gastronómico (las estrellas Michelin y productos Gourmet). Por otro lado, los establecimientos sí que están certificados con la Q de Calidad y el Compromiso de Calidad Turística, y algunos tienen el atributo de restaurante accesible. A pesar de la problemática de las certificaciones, muchos de los restaurantes de Murcia están reconocidos por la *Guía Repsol* otorgándoles prestigio y afluencia. No obstante, aunque poseen celebridad por parte de este organismo, siendo un destino en los que los productos de la huerta son tan importantes, no se observa que se los otorgue un especial interés para crear un turismo gastronómico sostenible o ecológico dentro de la ciudad. Por lo que el turismo gastronómico sostenible o la etiqueta de KM0 no se está teniendo en cuenta o por lo menos no se refleja en ningún lado. Sin embargo, en el cuadro siguiente, veremos algunas actuaciones puestas en marcha en regiones de interior:

| VALLE DEL RICOTE | JUMILLA |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Calificativo región Slow • Restaurante "El Sequé Pinoso" adjunto a lista restaurantes KM0 | <ul style="list-style-type: none"> • Combinación enoturismo con turismo gastronómico KM0 • Celebración I Edición de la Ruta de KM0 (01/02/2020- 01-03-2020) • Degustación de diez tapas maridadas con vinos de las 16 bodegas de Jumilla • Eperiencia que potencia el enoturismo y da importancia al KM0 y a los productos autoctonos de la región |

Cuadro 4.19. Actuaciones turismo gastronómico sostenible

Fuente: elaboración propia a partir de (Gil y García, 2017, p.233; ITREM, Folleto Región de Murcia Slow y Ayuntamiento de Jumilla, 14 de enero 2020)

A pesar de los aspectos ausentes comentados, también hay que señalar que no se está dando cobertura a uno de los segmentos importantes dentro del paladar turístico: los veganos o vegetarianos; ya que no hay restaurantes específicos para ellos. Por el contrario, sí que se disponen de varios con la etiqueta de aptos para celiacos.

4.3. Estudio de Demanda turística: ¿perfil turístico del siglo XXI?

Comenzaremos comentando unos datos de carácter general para después pasar a explicar el perfil de turista de la región de Murcia. En el año 2019 han llegado un total de 1.215.967 viajeros, que en comparación con el año anterior ha supuesto una reducción del 8%. Aunque la cuantía de turistas totales ha sido tan elevada, se desconocen los datos de turistas propiamente de naturaleza. Por otro lado, las pernoctaciones han sido superiores este año con 3.285.158, aumentando un 0,43% en relación al año anterior. De igual manera, el porcentaje de turistas llegados a la Región de Murcia en 2019 ha supuesto un descenso del 6'9% en comparación con el año anterior, siendo un total de 1.055.610 turistas. En la mayoría de los años, el mes donde se alcanzan las pernoctaciones más altas es en Agosto (este año 434.000), en los demás meses del año pueden llegar a descender entre las 100.000 y las 200.000. Estas bajas y altas de turistas, las podemos encontrar debido al turismo internacional, ya que el turismo nacional se ha mantenido e incluso ha aumentado, pero el turismo extranjero ha caído.



Cuadro 4.20. Evolución de viajeros por temporada

Fuente: elaboración propia a partir de (Centro Regional de Estadísticas de Murcia, 2019)

En cuanto al análisis del **perfil** de la demanda turística, dependiendo las zonas habrá un poco de diferencia entre la tipología de turistas, pero el perfil estándar es el que encontramos en la tabla siguiente. (Centro Regional de Estadísticas de Murcia, 2019):

Tabla 4.11. Perfil de demanda turística Región de Murcia

| PERFIL DEMANDA TURÍSTICA REGIÓN DE MURCIA | |
|---|---|
| SEXO | Igual proporción de hombres (50%) y mujeres (50%) |
| EDAD | Adultos (35-55 años) un 60%, jóvenes (25-34 años) 30% y mayores de 65 años un 10% (lucha contra la estacionalidad) |
| GRADO DE ESTUDIOS | Estudios medios, estudios universitarios o estudios básicos |
| PODER ADQUISITIVO | Medio-alto o medio-bajo |
| TIPO DE VIAJE | En familia o en pareja, con amigos o en pareja, |
| ACTIVIDADES | Turismo de sol y playa, turismo gastronómico, turismo cultural, turismo de naturaleza y activo, turismo de eventos y congresos y turismo de compras |
| MOTIVACIONES | Visita a familiares y amigos (65%) y ocio, recreación y descanso (35%) |
| GASTO MEDIO | 1087€/mes y 86€/día (incremento de un 2% en base al 2018) |
| DURACIÓN | 5 días como media genérica: 7 días en la costa, 2/3 días en la ciudad y 3/4 días en zonas rurales. |

| | |
|----------------------------|--|
| TIPO DE ALOJAMIENTO | 1º viviendas de familiares o amigos (50%), 2º vivienda propia (30%) y 3º alojamientos hoteleros (20%) – alojamientos rurales un 15% y viviendas alquiladas un 5% |
| PROCEDENCIA | <u>Nacionales</u> (65%): Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Andalucía, Cataluña, Castilla la Mancha y Castilla y León. <u>Internacionales</u> (35%): Reino Unido, Francia, Italia, Alemania y Países Bajos. |
| PERIODO DEL VIAJE | Fines de semana y durante las vacaciones de verano |

Fuente: elaboración propia a partir de www.murciaturistica.es

Una vez aportada la información del turismo de la Región de Murcia y su tipología de turista más frecuente, pasaremos a comentar unos datos globales del turismo de interior (turismo de naturaleza en zonas rurales) y a observar una tabla del perfil de turista rural y de naturaleza. Los datos han sido seleccionados de diferentes fuentes: recuperados de un estudio elaborado en el Parque Regional de Sierra Espuña por el Gobierno de la Región de Murcia (CARM, 2019) y de un conjunto de estadísticas de turismo creadas por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM, 2019).

| ZONAS RURALES | |
|---|---|
| 2019 | 2018 |
| Viajeros (residentes y no residentes) y permocaciones → Valle del Ricote | Viajeros residentes y permocaciones → Valle del Ricote |
| Viajes nacionales → estable ritmo de crecimiento | Viajeros no residentes → Zona centro |
| Comunidades menos viajes: Murcia, Madrid, Cataluña y Castilla y León | |
| Comunidades más viajes: Valencia, Andalucía y Castilla la Mancha | |

Cuadro 4.21. Variación de viajeros y afluencia de comunidades entre 2018-2019

Fuente: elaboración propia a partir de (ITREM, 2019)

No obstante, no podemos decir lo mismo del turismo internacional, ya que ha caído en comparación con el 2018. En cuanto a la estancia, el turismo de interior es desestacional y mantiene una ocupación regular durante todos los meses del año de entre 1-2 días de media. En 2019 se ha apreciado que los meses más concurridos han sido: noviembre, octubre, septiembre, mayo y junio, con una estancia media de 3 días.

Tabla 4.12. Perfil de turista rural y de naturaleza.

| PERFIL DE TURISTA RURAL Y DE NATURALEZA | |
|---|---|
| EDAD | Jóvenes –adultos (25-45 años) |
| PROCEDENCIA NACIONAL | Murcia (33%), Comunidad Valenciana (30%), Andalucía (20%), Madrid (12%) y Cataluña (5%) |
| PROCEDENCIA INTERNACIONAL | Francia (42%), Reino Unido (37%), Italia (15%) y Alemania (6%) |
| TIPO DE VIAJE | Familiar o con amigos |
| ACTIVIDADES | Naturaleza, gastronomía, deportes, excursiones y culturales |
| DURACION ESTANCIA | Hasta 3 noches |
| TIPO DE ALOJAMIENTO | Vivienda (36,5%), establecimiento hotelero (32,7%) y camping (28,8%) |
| GASTO MEDIO | 46,76€/persona y día (pernoctando) y 19,71€/ persona y día (excursionista) |

Fuente: Elaboración propia a partir de www.carm.es

Según los datos que hemos analizado, podemos concluir que la capacidad de carga de la Región de Murcia es bastante elevada, sobre todo en zonas muy comunes de visitar como la Manga del Mar Menor y las Salinas, Sierra Espuña y el Valle del Ricote; por lo que la afluencia de muchos turistas en estas zonas podría llegar a interrumpir la conservación del paisaje natural y protegido que se encuentra allí. Debido a este problema, como veremos a continuación en la imagen de destino, se está intentando dejar a tras esa imagen de sol y playa y que se visiten otras zonas menos potenciadas y con menos afluencia. Por otro lado, como la mayor parte de destinos donde su foco principal es el turismo de sol y playa, también presenta una estacionalidad marcada; asunto que ya se está empezando a afrontar con acciones llevadas a cabo por la Administración Pública en áreas rurales y de naturaleza (ITREM, 2018, pp.29-30).

4.4. Imagen de Destino: del turismo tradicional de sol y playa al turismo no estacional

Analizando la oferta de actividades que proyecta la Administración Pública, en este caso, la Oficina de Turismo de la Región de Murcia, tanto online como offline deja claro que la comunidad no tiene una imagen concreta de destino turístico por el que se le identifique. Años atrás, poseía un calificativo que sigue manteniendo “**Costa Cálida**” referido a toda la zona de costa y cuyo foco principal era el turismo de sol y playa. Sin embargo, en la actualidad, para disminuir la capacidad de carga de zonas muy transitadas, para corregir el problema de la estacionalidad y para dejar a tras su imagen

de destino de sol y playa, ha empezado desde 2016 a diversificar el destino tanto en actividades como en segmentos. Según entramos en la web oficial de turismo, nos encontramos con una imagen principal: “**turismo de naturaleza, turismo activo y turismo de aventura**”, una representación más acertada con el nuevo modelo de turismo sostenible que queremos. De igual manera, lo siguiente que vemos es la promoción de turismo cultural que se está intentando incrementar en la zona de Cartagena, claro ejemplo de acción correctiva contra la estacionalidad.

4.4.1. Complementariedad y diversificación de la imagen de sol y playa

Por otro lado, también se están realizando en las zonas de costa actividades de tipologías distintas al sol y playa como: el turismo marinero, en el cual se potencian las actividades relacionadas con la pesca, su cultura y tradiciones del mar, y el ecoturismo marino que persigue el disfrute de la naturaleza, así como la observación de fauna marina en estas zonas. De igual manera, también es importante la idea de turismo industrial, aunque su imagen comercial está desarrollada principalmente en el emplazamiento de las Salinas de San Pedro del Pinatar, en toda la Región de Murcia se encuentran distribuidas actividades relacionadas con esta tipología. Sin embargo, a día de hoy, la zona más enfatizada sigue siendo la de costa.

Ecoturismo marítimo: puertos de Águilas, Mazarrón, Cartagena y San Pedro del Pinatar

- Águilas municipio más desarrollado la pesca -nuevo recurso turístico- e influencia antiguas cofradías de pescadores
- Estimula la pesca sostenible y se unifica con otros tipos de turismo:
- Cultural e histórico: vestigios de la ciudad-termas romanas y restos arqueológicos
- De guerra: Castillo de San Juan de las Águilas y Torre de Cope
- De naturaleza: visita a Espacios Protegidos como el Parque Regional Costero Litoral Cabo Cope-Calnegre y el Paisaje Natural de Cuatro Calas
- Gastronómico

Turismo industrial

- Arsenal de Cartagena
- Sierra Minera de Cartagena-La Unión
- El Embarcadero de mineral el Hornillo
- Coto Minero de San Cristobal-Los Perules de Mazarrón

Otras tipologías (temporada de otoño)

- Turismo experiencial
- Turismo gastronómico
- Enoturismo

Cuadro 4.22. Actividades diversificadoras del turismo por tipología

Fuente: elaboración propia a partir de (Pérez y Espejo, 212, pp.268-269; Palazón, 2017, p.494

Esto nos indica un claro ejemplo de búsqueda de complementariedad y diversificación de la imagen de sol y playa que poseían esas zonas. No obstante, de acuerdo con la conclusión que propone Palazón (2017):

Tratar de agrupar las acciones turísticas por zonas o áreas, y no por tipos de turismo (termal, natural, rural, deportivo, etc.) permitiría unificar a partir de su diversificación y generar nuevas propuestas a tener en cuenta, las cuales no solo permitirían conocerlas sino promover la difusión de este tipo de turismo provocando un efecto llamada en los visitantes sobre posteriores intervenciones. (p.509).

Por lo que considero que todos unidos sin distinciones son unos nichos de mercado que funcionan muy bien contra la estacionalidad y cumplen los principios de turismo sostenible; promueven el turismo responsable a través del conocimiento de culturas y oficios tradicionales, a demás del disfrute de otras actividades complementarias.

4.4.2. **La imagen que transmiten el turismo smart y el gastronómico**

Relativo a la imagen de turismo smart que presenta la Región de Murcia, a pesar de que fue pionera en ese aspecto gracias a la motorización de datos referentes al nivel de ocupación, procedencia y tendencias de la demanda; no se aprecian las acciones que están realizando las administraciones en la imagen que transmite el territorio a los visitantes, ya que aunque presenta distintas aplicaciones para analizar mejor los gustos y preferencias de la demanda, no se ve una “interacción e integración del visitante con el entorno e incremento de la calidad de su experiencia” (SEGITTUR). Uno de los actos que sí que se pueden destacar es la incorporación de realidad virtual en Cartagena bajo la unión de la innovación y el mantenimiento de la tradición y cultura, pues “representa una oportunidad real de capitalizar la naturaleza única de los viajes y destinos con el fin de hacer partícipe al cliente de la experiencia del viaje desde el primer contacto inicial y hacer que pueda construir su propia experiencia” (Alonso, 2019, p.20).

En cuanto a la imagen de turismo gastronómico se puede apreciar que promocionan la región a través de una imagen de marca creada con el distintivo *#1001saboresRegiondeMurcia*. Pese a que no están potenciando el progreso de un turismo gastronómico sostenible ni tienen establecimientos certificados con KMO, han desarrollado la gastronomía local, característica indudable de la sostenibilidad a través de su presencia en el Congreso Internacional de Gastronomía Madrid Fusion, apoyando

la difusión de su Sello Gastronómico para defender el producto regional y para hacer la presentación de su proyecto “Murcia, Capital Española de la Gastronomía 2020”. (Europa press, 20 de noviembre 2019).

4.4.3. Promoción de la imagen de destino y el énfasis de las redes sociales

Empezando con la promoción en papel, en la página web oficial de turismo encontramos muchos folletos relativos a distintas tipologías de turismo:



Figura 4.5. Folletos turísticos año 2018





Fuente: <https://www.murciaturistica.es/>

En general, aunque tienen materia de promoción en su página web y en las redes sociales más utilizadas (Instagram, Twitter, Facebook o Youtube), les falta incrementar o cambiar la forma de proyectar esa imagen nueva que están implantando en el destino. Ya que cuando un turista decide visitar un destino, realiza una primera búsqueda en Internet para asegurarse que le agrada el territorio a visitar. Como consecuencia de la importancia de Internet en el turismo, los destinos “tratan de posicionarse en los buscadores de Internet y diferenciarse de su competencia a través de páginas web útiles y creativas e incluso de aplicaciones para móviles” (González, 2015, p.20).

A continuación, pasaremos a realizar un análisis de las principales cuentas que tienen en sus redes sociales, siendo así dos: la primera “Turismo en la Región de Murcia” y la segunda “Turismo de la Ciudad de Murcia”. Como podremos observar en la tabla que veremos en la parte inferior, están recogidos los datos más importantes de estos perfiles. Sin embargo, cabe destacar que las de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* han empezado a dar más difusión y a generar más publicaciones a mediados del mes de marzo, coincidiendo justo con el confinamiento ocasionado por el COVID-19. Este suceso nos plantea una única opción, es decir, sí antes no creaban tantas publicaciones y lo realizan ahora cuando no hay actividad turística en marcha, podría ser que no hubiera la disponibilidad de tiempo necesaria para generar interacción en las redes. Ya que la mayoría de ellas, por lo menos realiza una publicación al día. Exceptuando *Youtube*, que

es el medio que tienen más desaprovechado, ya que no suben contenido reciente o de interés para los usuarios que lo visitan, y lo tienen muy abandonado. No obstante, distinguimos entre varias **interacciones** dependiendo la red, porque aunque puede coincidir con el número de seguidores, también es importante señalar la manera en la que se comunican y en los contenidos que publican. Por lo que después de un análisis intensivo, se detectó que falta adecuar las publicaciones en cuanto a tipologías o temáticas y generar más marketing de contenidos específicos para cada red (Toledo, 13 de julio 2018), uniéndose entre ellos, pero no repitiendo lo mismo; ya que sí un usuario lo ha visto en una de las redes y va a la otra y es lo mismo, ya no le interesa tanto. En cuanto a **Youtube**, hay que cambiar totalmente la manera de proceder, ya que no genera interacciones ni aporta contenidos interesantes con los que pueda dar a conocer la ciudad o permitir el disfrute de todo el patrimonio que tiene la Región.

Tabla 4.13. Análisis de las principales cuentas de Redes Sociales de la Región de Murcia

| PERFILES | REDES | ANÁLISIS |
|--------------------------|---|--|
| @TurismoRMurcia |  | <ul style="list-style-type: none"> -Seguidores: 32,6 mil -Publicaciones: actualizadas y diarias. -Contenido: diversos temas (gastronomía, semana santa, turismo de naturaleza), difusión de actividades de sus municipios y promoción espacios visitas virtuales, realización de concursos y test de conocimiento. -Elementos: textos cortos, iconos, contenido multimedia (fotos y videos) y utilización hashtags (#). <p>INTERACCIÓN BAJA</p> |
| @TurismodeMurcia |  | <ul style="list-style-type: none"> -Seguidores: 22,9 mil -Publicaciones: actualizadas y diarias. -Contenido: diversos temas (gastronomía, semana santa, tradiciones), difusión de actividades de la ciudad. -Elementos: textos cortos, iconos, contenido multimedia (fotos y videos), enlaces y hashtags (#). <p>INTERACCIÓN MEDIA</p> |
| Turismo Región de Murcia |  | <ul style="list-style-type: none"> -Seguidores: 82.932 y 81.337 me gusta -Publicaciones: actualizadas y una por día. -Contenido: temáticas y municipios variados (similares a los de Twitter). -Elementos: textos más largos, iconos, contenido multimedia (más videos que fotos) y hashtags (#). <p>INTERACCIÓN ALTA</p> |
| Turismo de Murcia |  | <ul style="list-style-type: none"> -Seguidores: 23.899 y 22.933 me gusta -Publicaciones: actualizadas y varias por día. -Contenido: temáticas similares a las de la cuenta de la ciudad de Murcia en Twitter. -Elementos: textos más largos, iconos, contenido multimedia (videos y fotos) y hashtags (#). <p>INTERACCIÓN ALTA</p> |

| | | |
|---------------------------------------|--|---|
| <p>@turismoregiondemurcia</p> |  | <p>-Seguidores: 15,3 y 250-300 me gusta -Publicaciones: en total 819: actualizadas y una por día. -Contenido: temas variados y similares a los de la cuenta de Twitter. Además, cuenta con Storys destacadas y actualizadas por temáticas (gastronomía, turismo de naturaleza, religioso, cultural, etc.). -Elementos: texto medio, iconos, fotografías adecuadas y de calidad, hashtags (#) y juegos de preguntas. INTERACCIÓN <u>BAJA</u></p> |
| <p>@turismodemurcia</p> |  | <p>-Seguidores: 2.605 y 80-90 me gusta -Publicaciones: en total 274: entre una y dos por día. -Contenido: temas monótonos y poco atractivos. No aparecen Storys destacadas. -Elementos: texto corto o sin texto, pocos iconos, fotografías monotemáticas, y demasiados hashtags (#). INTERACCIÓN <u>BAJA</u></p> |
| <p>Turismo de la Región de Murcia</p> |  | <p>-Suscriptores: 1.450 -Publicaciones: la mayoría no actualizadas. A 15/04 alguna de gastronomía con su sello gastronómico. Del resto no se ha publicado más desde enero de 2019. -Contenido: variado pero no actualizado. Cuenta con spots publicitarios, gastronomía, videos de turismo experiencial y un video promocional de la región. INTERACCIÓN Y VISUALIZACIONES <u>BAJAS</u></p> |
| <p>Turismo de Murcia</p> |  | <p>-Suscriptores: 772 -Publicaciones: no actualizadas (última hace 2 meses) y el resto de hace 2 años. Canal con nula actividad. -Contenido: poca variedad. Cuenta con 3 spots publicitarios, 1 video de gastronomía y 1 video de Semana Santa. INTERACCIÓN Y VISUALIZACIONES <u>BAJAS</u></p> |

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, encontramos en las tres redes más desarrolladas, distintas cuentas unidas a estas para apoyar su temática concreta como: “Turismo Rural de Murcia”, “Oficina de Turismo de Murcia”, “1001Sabores de la Región”, “Murcia Festejos”, “Cultura de Murcia” y “Vías Verdes Región de Murcia”, entre otras de los distintos municipios y tipologías turísticas. Destacar que no en todas las redes aparecen estas cuentas y dependiendo del tipo de red social se promocionan mejor o peor. Para ampliar la información, consultar el *Anexo 4. Planificación y gestión de la Región de Murcia*.

Para finalizar, solo me queda añadir que no he encontrado ninguna cuenta de las redes sociales antes mencionadas que promocioe el turismo de naturaleza o ecoturismo en la región, a nivel institucional. Por lo que viendo la imagen que intentan trasladar las Administraciones, considero que es importante crear perfiles de este tipo, además de comunicar de una mejor manera las acciones que se

están llevando a cabo y hacérselo ver al turista que visita la región para conocer otras zonas menos ocupadas y con un carácter más activo en el que puedan experimentar.

4.5. Las Administraciones Públicas y su marco institucional: sostenibilidad en la planificación y gestión pero escasa en las actuaciones realizadas y proyectadas

Habiendo realizado un estudio de la parte de planificación y gestión de la Región de Murcia, podemos afirmar que posee una activa organización y planteamiento del municipio en su conjunto, pero falta una coordinación evidente entre todos los agentes del sector, así como la puesta en práctica de las acciones (Martínez, 4 de octubre 2019).

4.5.1. Estudio de la planificación de la Región de Murcia

Aunque a continuación llevaremos a cabo un análisis de los proyectos de carácter sostenible y los planes que se han realizado en base a la gestión del turismo desde sus comienzos en el año 2006 hasta la actualidad, así como la conclusión del nivel de Gobernanza, encontraremos información ampliada en el *Anexo 4. Planificación y gestión de la Región de Murcia* en base a **Indicadores de Gobernabilidad Europea**.

Tabla 4.14. *Planes de turismo en la Región de Murcia*

| PLANES DE TURISMO |
|--|
| Plan Director de Turismo de Murcia (2006-2012) |
| Plan Estratégico de la Región de Murcia –PERM- (2007-2013) |
| Estrategia de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia (2010-2015) |
| Plan Estratégico de la Región de Murcia (2015-2019) |
| Plan Estratégico de la Región de Murcia –PERM- (2014-2020) |
| Estrategia y Plan de Acción (2018) |
| Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Murcia (2017-2020) |
| Plan Estratégico de Turismo 2020-2030 |

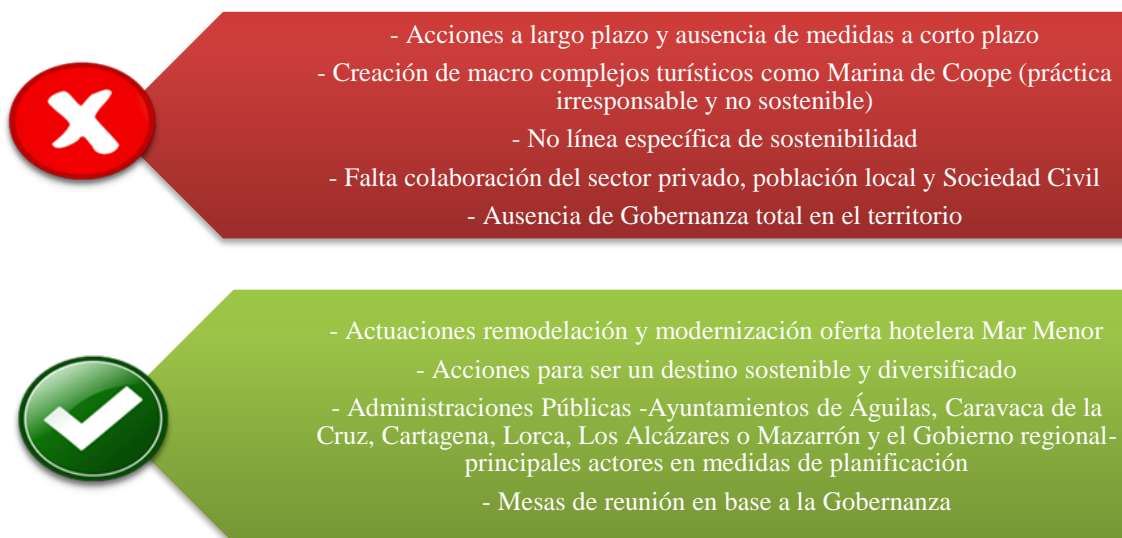
Fuente: elaboración propia a partir de www.carm.es

Tabla 4.15. *Proyectos de carácter sostenible en la Región de Murcia*

| PROYECTOS DE CARÁCTER SOSTENIBLE |
|---|
| Carta Europea de Turismo Sostenible en Sierra Espuña |
| Plan de Gestión Integral de Espacios Protegidos del Mar Menor y Proyecto Marimed – INTERREG III- |
| Estrategia Europa Sostenible 2020 |
| Líneas de turismo smart (Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia) |
| Acciones en el Creative Accelerators For Sustainable Tourism |

Fuente: elaboración propia a partir de www.carm.es

Según lo observado, todos ellos tienen unas bases asentadas y unos criterios correctos para poder conseguir un turismo sostenible en la región; sin embargo, por muy bien estructurados que estén, la falta de líneas más específicas de sostenibilidad (a excepción del último plan), así como el cambio de la imagen de destino o la ausencia de la puesta en práctica de muchas de las actuaciones que proponen, hacen que pierdan credibilidad de alguna manera. Apoyándonos en la noticia “La secretaria de Estado de Turismo pide a Murcia una mejor planificación turística y urbanística”, Isabel Olivier (Secretaria de Estado de Turismo) sugirió que la región “necesita una mejor planificación turística, revisar su oferta, que cuenta con muchas potencialidades, así como una buena planificación urbanística para que este desarrollo se pueda llevar a cabo con seguridad jurídica” (Europa press, 22 de febrero 2019). [...] Podemos considerar que alcanzar el nuevo modelo es complicado y más para un territorio en el que el turismo de sol y playa es una de sus tipologías turísticas más destacadas; no obstante, al poseer muchos atractivos con los que se puede promocionar y modificar su imagen, hay que “hacer de Murcia un destino turístico distinto, diversificado, sostenible desde el punto de vista social, económico y medioambiental” (Europa press, 22 de febrero 2019).



Cuadro 4.23. Evaluación sobre medidas establecidas en relación a la sostenibilidad siglo XXI

Fuente: elaboración propia a partir de (Serrano, 10 de agosto 2014 y EP, 22 de febrero 2019)

En contraposición, las principales líneas de actuación que se persiguen en todos los planes vistos con anterioridad (CARM), se basan ante todo en cuatro aspectos:

- Mejorar la **imagen** de Murcia como destino turístico. Que sea diferente y pueda dejar a tras la imagen de “sol y playa” que tuvo en sus inicios. Para ello será fundamental la promoción online de manera intensiva para transmitir la imagen que quieren conseguir: turismo de naturaleza, **experiencial** y sostenible.
- Se quiere potenciar el **crecimiento y la calidad** en el empleo de igual manera que la consecución de un destino atractivo y de calidad que vele por el aumento de turistas pero siendo responsable con el medio y con las tradiciones y labores de la población autóctona, para la conservación de las generaciones futuras y del patrimonio de manera sostenible.
- Muy unido a la línea anterior, se encuentran los **principios de sostenibilidad** y conservación del patrimonio. Llevándose a cabo acciones de diversificación de las distintas actividades que se pueden realizar por el municipio.
- También, muy actual es la **Carta Europea de Turismo Sostenible** que ha obtenido Sierra Espuña, un certificado que se ha conseguido con la colaboración de las administraciones locales y regionales más el sector privado. Sigue estando en marcha la consecución de este título para el Parque Regional de Calblanque, Monte de las Cenizas y Peña del Águila; el calificativo de Reserva Biosfera para las Sierras y Campos de Murcia (denominados “el país del búho”) y el de Reserva Marina para el Parque Natural Cabo-Cope y Puntas de Calnegre.

Relacionado con las líneas de productos que posee el territorio, se quieren **potenciar** los tipos de turismo prioritario-maduro (sol y playa), reestructurando una oferta turística obsoleta que cumpla con los principios de sostenibilidad. Por otro lado, se busca poner en valor aquellos productos de prioridad media, creando distintas variantes de las actividades que se ofrecen. Por último, la especialización por zonas con productos de referencia que hagan que la comunidad sea reconocida.

Por lo que concierne al Plan Estratégico de Turismo 2020-2030, Cristina Sánchez (Consejera de Turismo) afirma que, este nuevo plan “implica un cambio hacia un modelo de turismo más sostenible con un mayor impacto económico, con nuevos perfiles de más gasto y largas estancias”. (Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 12 de febrero 2020).

Aunque actualmente sigue en fase de elaboración con las aportaciones que se obtengan en la Mesa de Turismo, considero que la potenciación de imágenes tan

señaladas que presenta la Región “Murcia, Capital Gastronómica 2020”, “el enoturismo”, “el turismo cultural”, “el Camino de la Vera Cruz” y “el Patrimonio de Cartagena Eterno”, además de la promoción de la marca “Mar Menor” de una manera sostenible y responsable con el medio, una forma de cumplir con objetivos del turismo sostenible además de los ODS2030, pues en definitiva se conseguirá la inclusión de un turismo para todos y el incremento de la economía en las regiones más despobladas.



Avanzar hacia nuevo modelo turismo sostenible

- Revertirá en mayor medida en economía regional
- Segmentos de perfiles que aporten más gasto y más largas estancias: Caso turismo de naturaleza (estancia media 4 días y gasto medio por alojamiento inferior a los de costa)
- Escasas medidas y conciencia con el medio ambiente y el turismo sostenible
 - Poca preocupación por conseguir sellos ambientales y de KMO



Consecución turismo de calidad, imagen diferenciada exterior y unión del turismo experiencial y el smart

- Nuevas conectividades aéreas y operativas
- Avanzar en el desarrollo de planes de calidad de la oferta
- Diseño de nuevas experiencias turísticas para desestacionalización
 - Posicionamiento fuerte imagen destino
- Formación y digitalización empresas de actividades turísticas
- Consolidación certificaciones de calidad de establecimientos e instalaciones hoteleras

Cuadro 4.24. Resolución de los objetivos del Plan Estratégico de Turismo 2020-2030

Fuente: elaboración propia a partir de (CARM, 12 de febrero 2020)

Viendo todos los planes que ha desarrollado la comunidad podemos deducir que las líneas de planificación son elevadas, pero sin embargo, no se ve proyectado en acciones [...]. Por lo que no se puede considerar que en Murcia haya una Gobernanza completa en base a los ocho Indicadores de Gobernabilidad Europeos. No obstante, aún sin contar con un plan de sostenibilidad regional o local, Murcia se va a postular como “Capital Verde Europea” para 2022 con todas sus medidas para conseguir ser una localidad verde con un turismo sostenible (Econoticias.com, 4 de noviembre 2019).

4.5.2. Grado de certificaciones institucionales y privadas

Por otro lado, incidiendo más en las **certificaciones**, tenemos que destacar que la región de Murcia cuenta con distintos tipologías. En primer lugar, las de carácter institucional más importantes desde el año 2009: la ISO 9001 –Gestión de Calidad- y la ISO 14001 – Gestión ambiental-. Importante me parece destacar que la primera de ellas sí que se

manifiesta en la mayor parte de los alojamientos hoteleros de la ciudad, así como en zonas rurales con sus hospederías, campings y hoteles rurales. Además de incluir a empresas de turismo de tipología variada, como pueden ser: *Photo Logistics* y *Ecoespuña S.L. Ecoturismo; Antares*, y *Naturaleza y Aventura*. Mientras que la segunda, aunque teóricamente está conseguida, no se ve reflejado en acciones, ya que sigue habiendo solo tres alojamientos sostenibles de carácter rural que la poseen; y no aparecen líneas de actuación en los diversos planes de turismo que hemos visto para conseguirlas e incidir en estos aspectos, cuestión fundamental del siglo XXI. En relación a los tres alojamientos sostenibles (Centro de Agroecología y Medio Ambiente, Finca las Nieves y Cortijo Los Gorros Ecofinca) también están dentro de la *Asociación Ceres Ecotur* por lo que por medio de la Fundación Ecoagroturismo disponen del certificado **ECOLABEL ECEAT**. Un certificado que se otorgaba a las iniciativas rurales que cumplieran con los cuatro principios del turismo sostenible (ITREM, Calidad Turística y Ecotur, 2014).

En cuanto al resto de **certificaciones** son de carácter privado y relativo a los espacios naturales. La única que se posee es la **CETS** para el Parque Regional de *Sierra Espuña*, certificación de reciente incorporación tras años de trabajo. Asimismo, se vela por la consecución de ésta misma para otro de sus parajes naturales: *el Parque Regional de Calblanque, Monte de las Cenizas y Peña del Águila*. Y también conseguir el certificado **BIOSPHERE**, en una de las zonas más interesantes de Murcia: *Sierras y Campos de Murcia*, donde habitan especies rapaces de gran interés como el búho, territorio denominado “El País del Búho” (Picazo, 23 de noviembre 2017).

4.5.3. Modalidades de acuerdos y proyectos integrados

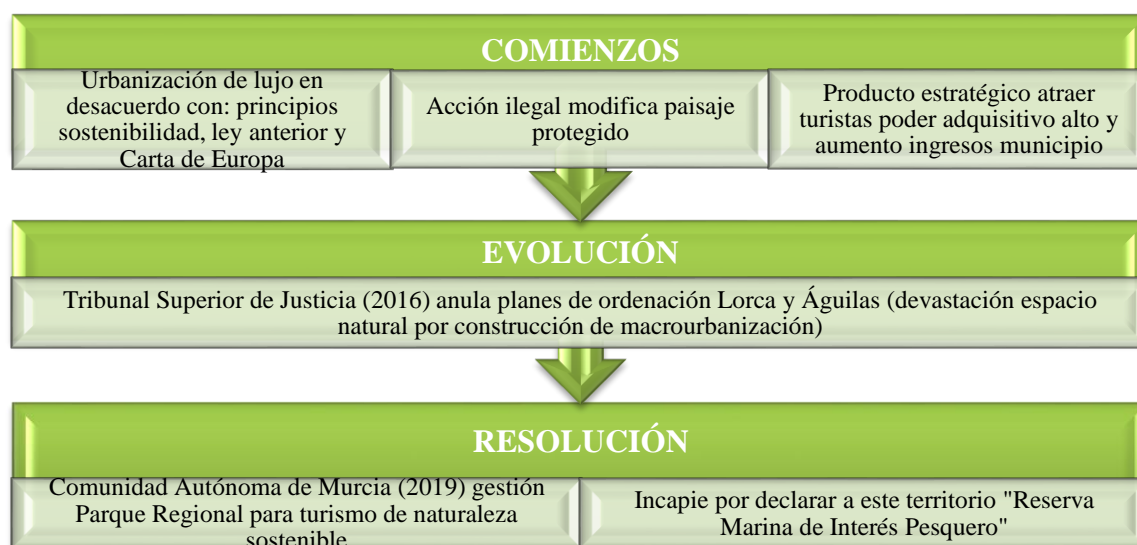
Para promover la conservación y la protección de los espacios naturales protegidos, la Región de Murcia cuenta con un total de dos convenios internacionales, tres consorcios locales y tres grandes proyectos integrados.

En primer lugar, merecen especial atención los **convenios internacionales** que tienen algunas zonas del sur de la región como: el Convenio **RAMSAR** para la “conservación y uso racional de los humedales y sus recursos por medio de la acción nacional y la cooperación internacional” para los tres humedales que presenta: Mar Menor, Lagunas de Campotejar y las Lagunas de las Moreras. (Región de Murcia Digital, el Convenio Ramsar) [...] Y el Convenio **ZEPIM** para la “protección de

aquellos ecosistemas de carácter singular” que presentan la zona del Mar Menor y la zona mediterránea oriental de la costa de la Región de Murcia, pues tienen un origen volcánico y sedimentario difícil de conservar. Además, en este convenio también entra la conservación de sus fondos, ya que en ellos se encuentra una de las mejor conservadas praderas de Posidonia Oceánica, al igual que especies singulares de aves acuáticas y ecosistemas presentes en sus lagunas costeras de: Islas Hormigas, Isla Grossa, El Farallón, el Cabo de Palos y Puntas de Calnegre, Las Salinas y Arenales de San Pedro del Pinatar y las Islas y Espacios Abiertos del Mar Menor. (ZEPIM, Tesoros Vivos del Mediterráneo, 2010).

En segundo lugar, se encuentran los **consorcios** de la comunidad, dos consorcios reglados (Consortio de las Vías Verdes y el Consortio de Turismo Marítimo en Águilas) y uno derogado el proyecto de la Marina de Cope. (Martínez, 2017, p.455).

Comenzando con el que está parcialmente derogado, podemos decir que a día de hoy, el Gobierno sigue tramitando el caso del Consortio de la *Marina de Cope*, que pretende ser sostenible pero en el fondo no lo es. Nació de la idea de ser un proyecto muy ambicioso “para contribuir a la optimización del modelo turístico del litoral de la Región de Murcia en un marco de sostenibilidad y de protección del medio ambiente” (Plan de Ordenación Territorial del Litoral de Murcia, 2004), Esta Actuación de Interés Regional fue aprobada por el Gobierno en el año 2004 aún siendo contradictoria a la *Ley 1/2001 de 24 de abril, del Suelo de la Región de Murcia* por la que se regulan todas las Actuaciones de Interés Regional para ordenar el territorio.



Cuadro 4.25. Historia proyecto Marina de Cope

Fuente: elaboración propia a partir de (Ruiz, 12 de marzo de 2019)

Continuando con los otros dos consorcios que sí que velan por los principios de sostenibilidad. Uno de ellos es el Consortio de las Vías Verdes, para mejorar la dinamización de las zonas del interior y conectarlas entre sí, a través del reaprovechamiento de las antiguas estaciones de tren convertidas en hostales rurales. Y otro, el Consortio de Turismo Marítimo de Águilas para desarrollar la pesca como producto turístico sostenible en base al ámbito social, económico y cultural, además de “disfrutar del sistema eco-marino, valorando las tradiciones locales y experimentando posibles nuevos itinerarios en el territorio” (Pérez y Espejo, 2012, p.278).

En último lugar, desarrollaremos los tres **proyectos integrados** que posee la región: **Lorca: Taller del Tiempo**, **Cartagena: Puerto de Culturas** y **Caravaca de la Cruz: Caravaca Jubilar**. Estos tres importantes planes “tienen como objetivo común desarrollar el turismo en los destinos urbanos de la comunidad para poner en valor su patrimonio histórico y cultural” (CARM, Grandes Proyectos Turísticos Integrados). Todas estas acciones han sido realizadas en colaboración con la Consejería de Cultura y Turismo de Murcia más los Ayuntamientos de las comentadas localidades.

RUTAS DE OTRAS TIPOLOGÍAS

- Unido turismo de naturaleza (áreas rurales y costeras). Toque verde al conocimiento cultura biológica y utilización corredores geológicos (Vías Verdes)

TURISMO EXPERIENCIAL

- Experiencias mágicas en las visitas teatralizadas y tematizadas para conocer tradiciones de la mano de poblaciones autóctonas

TURISMO SMART

- Incorporación oficinas virtuales en los tres municipios
- Realidad virtual como proyecto piloto en Cartagena para desplazamiento a otras épocas de la ciudad

Cuadro 4.26. Actuaciones Proyectos Integrados Comunidad de Murcia

Fuente: elaboración propia a partir de (CARM, Grandes Proyectos Turísticos Integrados)

4.5.4. Actuaciones en base a turismos complementarios

- **Turismo industrial:**

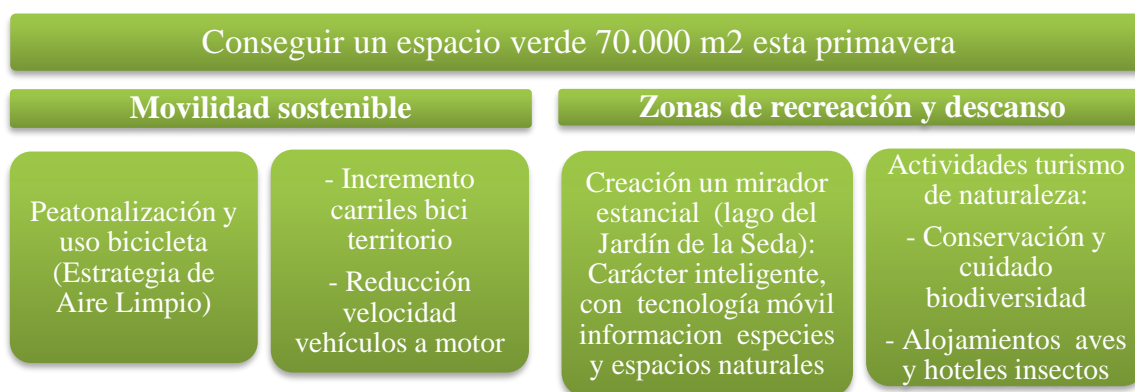
Como se puede apreciar cada vez más espacios y sectores se suman a las iniciativas de esta tipología de turismo; ya que es una buena alternativa para favorecer al turismo sostenible, de complemento al turismo tradicional de sol y playa y por supuesto para reactivar zonas de interés perdido, la cultura y tradiciones de sociedades rurales. Sin embargo, no se promociona de una manera intensiva la mayoría del patrimonio

industrial distribuido por la región, pues la Oficina de Turismo solo nos muestra las Salinas de Mar Menor como la única actividad de turismo industrial. Como veremos en la tabla posterior (**Tabla 4.17**) queda mucho más patrimonio por descubrir y disfrutar, con la colaboración de empresas que promocionan estas visitas o de lugares creados para el conocimiento del sector industrial minero y agroalimentario.

- **Turismo smart:**

Aunque fue pionera a la hora de instalar el sistema de ciudad inteligente en el año 2014 con un proyecto para introducirse en la lista de ciudades inteligentes a través de un informe de diagnóstico y plan de acción para transformar a Murcia como un destino turístico inteligente (García, 1 de diciembre 2019). Se centró sobre todo en la línea de innovación para ser más competitivo creando la Oficina de Innovación y posteriormente (2015-2019) introdujo la línea tecnológica, consiguiendo una capacidad de I+D+I de vanguardia. Aunque realicen muchas acciones (**Tabla 4.16**), la mayoría tienen pocas ventajas para el mundo del turismo y para los visitantes. A pesar de sus proyectos técnicos, también creó varias aplicaciones usando tecnología smart para ser más eficiente en el tráfico de datos y analizar mejor los gustos y las preferencias de sus turistas, algunas de ellas que podemos encontrar en Internet son: Murciano, Murcia, guía turística en español y mapa, Turismo Región de Murcia, TuMurcia y MiMurcia, entre otras medidas de parecida envergadura (Esmarcity.es, 5 de diciembre 2018).

Además, otra actuación más reciente, es la que ha realizado este año el Ayuntamiento de Murcia, incorporando un proyecto ambicioso de carácter ambiental y sostenible, que conecta con un turismo de naturaleza, cultural y smart en su conjunto: la unión de cuatro jardines emblemáticos –Salitre, la Seda, el Rocío y el Histórico Huerto López-Ferrer-.



Cuadro 4.27. Actuación proyecto unión jardines emblemáticos

Fuente: elaboración propia a partir de (Ayuntamiento de Murcia, 6 de febrero 2020)

Una vez analizados estas tipologías de turismo, a continuación veremos una tabla resumen con los avances que han tenido en los últimos años en la Región de Murcia:

Tabla 4.16. Actuaciones de turismo industrial y smart en el último tercio del siglo XX

| TURISMO INDUSTRIAL | TURISMO SMART |
|---|--|
| Variado y completo patrimonio industrial distribuido por todos los municipios | Tipología estratégica desarrollada en mayor parte en la inteligencia e innovación |
| Destacan el sector de la <u>minería</u> y el <u>agroalimentario</u> | <i>Plan estratégico Regional del Destino Turístico Inteligente de la región de Murcia (2015-2019)</i> |
| <i>Turismo industrial minero:</i> Parque Minero de la Unión, Centro de Interpretación de la Mina “Las Matildes” y los Túneles del “Hornillo” (La Unión) | <i>Inteligencia turística:</i> capacidad I+D+I adaptada, mejora de la productividad, productos más atractivos y eficientes (experiencias, paquetes, viajes personalizados y de calidad), nuevas tecnologías al servicio del e-turista |
| <i>Turismo industrial agroalimentario:</i> Museo del Arroz (Calasparra), de la Conserva Vegetal y las Costumbres (Ceutí), Museo Hidráulico (Cieza), Museo Arqueológico Romano “Factoría de Salazones” (Mazarrón) y los más potenciados los museos del vino en Bullas, Jumilla y Yecla | <i>Innovación:</i> incrementar competitividad empresas turísticas en venta online, herramientas comerciales, promocionales e informativas, incrementar presencia producto turístico Región de Murcia en Internet y gestión del conocimiento con la Red de oficinas de Turismo de la región |
| <i>Turinde</i> → empresa para visitas a industrias y compañías de negocios | <i>Apps conseguidas:</i> Murciano; Murcia, guía turística en español y mapa; Turismo Región de Murcia y TuMurcia |
| <i>MEDINS. Identity is future. The Mediterranean Intangible Space</i> → proyecto para recuperar el mundo laboral y sus oficios tradicionales | <i>-Apps no conseguidas:</i> Spain for Kids Murcia y Spain is Nature Murcia. <i>-Acciones no conseguidas para turismo:</i> Oficina de Innovación y Estrategia de Innovación RIS3MUR |

Fuente: elaboración propia a partir de Cuadernos de Turismo de la Universidad de Murcia (2018) y

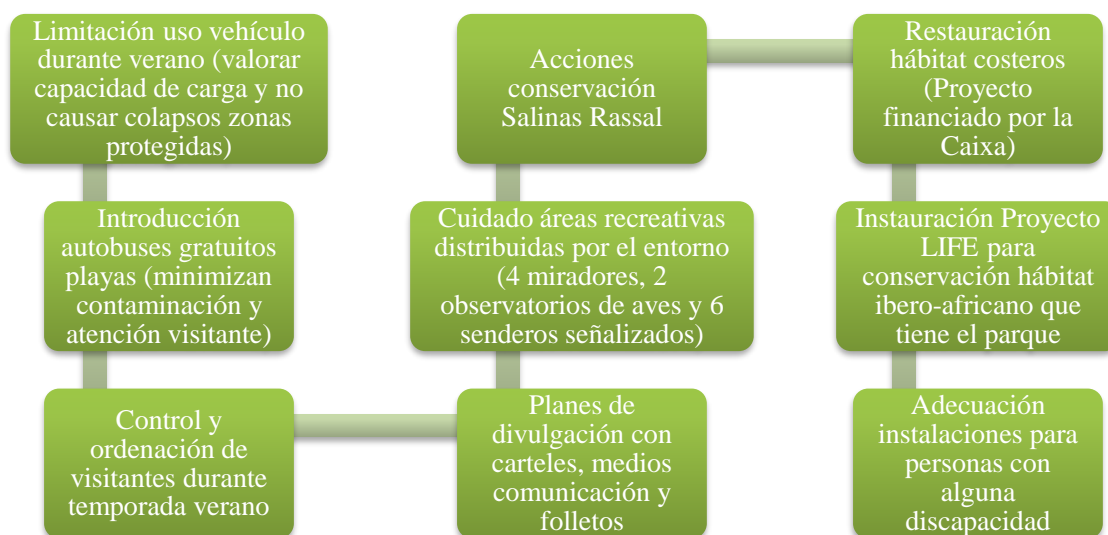
www.esmartcity.es

- **Turismo de naturaleza y ecoturismo**

Una vez visto las distintas acciones relativas al turismo de naturaleza, certificaciones en espacios naturales y la imagen de destino que persiguen, solo nos queda añadir dos acciones de planificación relativas a esta tipología de turismo.

En primer lugar, bajo la noticia “Jornadas de Presentación del proyecto de Innovación. Red Agroconatura 2020: Territorio Sierra Espuña” surgió la propuesta de este proyecto con acciones para implementar el ecoturismo en la región, como la puesta en valor de la agricultura, la ganadería y la apicultura tradicional y restablecer así el desarrollo económico de las comunidades locales. Además de “fomentar el consumo de alimentos procedentes de la Red Natura 2000 y de áreas ubicadas en zonas de amortiguación de espacios protegidos, y actividades de turismo gastronómico llevadas a cabo en espacios naturales protegidos” (Programa de Desarrollo Rural Región de Murcia, 21 de septiembre 2018).

Por otro lado, como ya vimos no se ha conseguido la certificación **CETS** para el *Parque Regional de Calblanque*, pero desde la administración sí que se están realizando actuaciones de carácter sostenible para el cuidado y mantenimiento del espacio natural:



Cuadro 4.28. Actuaciones carácter sostenible Parque Regional de Calblanque

Fuente: elaboración propia a partir de (Belmonte, Ballesteros y Sánchez, 2019, pp.129-142)

4.6. Análisis DAFO: un paso hacia la mejora

Tabla 4.17. Análisis DAFO

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Escasos alojamientos con certificación calidad y ecológica - Turismo de sol y playa maduro - Infraestructuras obsoletas - Estacionalidad - Heterogeneidad de recursos no aprovechados para generar producto turístico - Falta promoción del destino sobretodo online - Capacidad de carga en el límite de ciertas zonas naturales - Inundaciones y pérdida del ecosistema del Mar Menor - Ausencia de kilómetro 0 en restauración - Falta de Gobernanza en el territorio | <ul style="list-style-type: none"> - Cambio climático - Competidores del Mediterráneo en precios - El Brexit - La crisis económica europea - Conciencia ecológica - Demanda estacional - Avance de otros territorios en certificaciones sostenibles - Pandemia global COVID-19 |
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Rico patrimonio y bien conservado - Turismo diversificado - Buena accesibilidad y clima favorable - Disposición de productos ecológicos de la Huerta Murciana (TGS) - Distintos ecosistemas en el territorio - Certificación CETS Parque Regional Sierra Espuña - Comunidad pionera en ser ciudad inteligente (2014) | <ul style="list-style-type: none"> - Tener una imagen de marca definida que combina con otras imágenes presentes en el destino, le aporta competitividad a nivel nacional - Cambios en la demanda hacia el turismo experiencial - Buena situación para el aumento de demanda de destinos inteligentes (emplazamiento primer Congreso Mundial de Destinos Inteligentes en 2017) - Creación y fomento del turismo naranja - Iniciativas empresariales ante el turismo sostenible - Ganar competitividad y atractivo turístico |
|--|---|

Fuente: elaboración propia a partir del *informe previo*

Haciendo un balance global y observando la tabla resumen, vamos a comentar algunos puntos más importantes de sus características internas y de su situación externa:

- **Debilidades:** al poseer unas infraestructuras hoteleras obsoletas urge la necesidad de reestructurar la oferta hotelera, ya que se ha observado la escasez de alojamientos con certificación de calidad y ecológica, pues solo aparecen tres establecimientos con certificación ambiental. Asimismo se están desaprovechando productos de la Huerta Murciana, pues no hay restaurantes con certificación KM0. Aunque es una comunidad con estacionalidad, tienen posibilidades de diversificar su turismo, pero no está realizando una buena promoción online e incluso sobrecargan zonas en vez de potenciar otras. Además, relativo a la planificación y gestión en el territorio todavía no se puede hablar de una Gobernanza completa aunque sí hay mesas de reunión en base a esta.
- **Fortalezas:** contando con factores tan positivos para un destino como un clima favorable durante todo el año y una buena accesibilidad por toda la región. Se suman el rico patrimonio y bien conservado distribuido por el territorio, la variedad de ecosistemas que presenta y la diversificación de productos turísticos. De igual manera, disponer de productos de la Huerta Murciana favorece al territorio a la hora de poder generar un turismo gastronómico sostenible y responsable con la población local. Por otro lado, la posesión de una certificación de carácter ambiental en uno de sus espacios protegidos y a ver sido una de las ciudades pioneras a la hora de convertirse en destino smart le aporta visibilidad, competitividad y ventajas en comparación con los otros territorios nacionales.

- **Amenazas:** factores externos tan sonados como el cambio climático, los competidores de precios del Mediterráneo, el Brexit o la crisis económica europea, son las principales causas del descenso del turismo en el territorio, por ejemplo, la disminución del turismo extranjero, preferencia de otros territorio por los precios en destino o los efectos producidos por el cambio climático. De igual manera, la presente demanda estacional, una conciencia ecológica más rigurosa y el avance de los competidores en certificaciones sostenibles se convierten en indicios de cambio para que el territorio no se quede atrás. En cuanto a la circunstancia actual de pandemia global (COVID-19) amenaza y afecta al turismo en todos los territorios pues el cierre de fronteras que conlleva la casi nula afluencia de turistas y la escasa generación de ingresos, será muy difícil el restablecimiento de la actividad turística y recuperar esta temporada.
- **Oportunidades:** aun con la posesión de una imagen de destino definida como es el concepto de “sol y playa”, presentan muchas más imágenes de destino y tienen la posibilidad de ofertar turismos complementarios; por lo que a través de sus políticas públicas, están en proceso de cambiar la valoración de la imagen de la Región de Murcia como un destino únicamente de sol playa y diferenciarse de los competidores nacionales. De igual manera, con los cambios de la demanda hacia turismos experienciales, tiene la oportunidad de seguir desarrollando líneas de productos de esta gama y crear otros nuevos, como el turismo naranja en todas las zonas: rural, costa o ciudad. Además, puede seguir desarrollando el turismo smart en su línea de innovación y utilizar estas iniciativas con apoyos del sector privado ante el turismo sostenible y así lograr un mayor atractivo y competitividad.

CAPITULO 5
PLAN DE TURISMO DE NATURALEZA
SOSTENIBLE 2021-2024 EN LA REGIÓN DE
MURCIA

5.1. Desarrollo y fundamentos

Una vez realizado el análisis de diagnóstico del territorio y todos aquellos aspectos que hemos evaluado. Se ha decidido plantear como propuesta original la creación de un Plan de Turismo de Naturaleza, ya que debido a la potencialidad que presenta el territorio de Murcia para la práctica de un **turismo de naturaleza sostenible**, puede ser una buena oportunidad para la región en su totalidad. Como las acciones que se están realizando desde las Administraciones Públicas están encaminadas a la persecución de este tipo de turismo, ya que no está creado un plan específico de esta envergadura; procederé a exponer a continuación el proyecto que se ha creado: está centrado en el turismo de naturaleza para su potenciación y difusión, con una duración de 4 años en total, es decir, comenzando su elaboración y planificación durante el año 2020, su presentación a finales de este año, y su puesta en marcha del 2021-2024.

En primer lugar, observaremos el contenido de este primer borrador, pero antes distinguiremos las distintas: metas, objetivos, líneas de actuación y estrategias que se han presentado para la redacción y ejecución de este plan. Y posteriormente, en el siguiente apartado se podrán estudiar las acciones que se realizarán, además de las conclusiones del seguimiento, posibles resultados y evaluación de la idea. Teniendo en cuenta que toda la temática está aplicada a un corto, medio y largo plazo.

| METAS |
|---|
| 1. Aumentar el nº de turistas de naturaleza concienciados con el medio ambiente |
| 2. Mejora de las acciones de planificación y gestión del territorio |
| 3. Ampliación de las actuaciones en la Gobernanza |
| 4. Acciones de promoción de las nuevas actividades en las novedosas zonas puestas en valor |
| 5. Reforzar la presencia de la imagen de destino en medio digitales |
| 6. Perfeccionamiento de los equipos hoteleros y de restauración |
| 7. Ampliación del turismo smart en la región como mejora hacia la sostenibilidad |
| 8. Incremento de las certificaciones en varios aspectos |
| 9. Desarrollo de la accesibilidad en todas las zonas |

Cuadro 5.29. Metas del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024

Fuente: elaboración propia

| OBJETIVOS |
|---|
| ✓ Generar <u>1 nueva actividad</u> de naturaleza por temporada para crecer en <u>200 turistas concienciados</u> al finalizar el 2021. |
| ✓ Aumentar la gobernanza con <u>2 alianzas nuevas</u> y creación de <u>al menos 1 observatorio de turismo en la naturaleza</u> entre el 2021-2022. |
| ✓ Creación de <u>2 campañas de turismo de naturaleza sostenible</u> en zonas desconocidas y generar un <u>10% de repercusión</u> a finales de 2021. |
| ✓ Originar <u>1 plan de Marketing Digital por temporada</u> para reflejar las <u>cuatro imágenes de destino</u> que presenta la región entre 2021-2022. |
| ✓ Modificar <u>el 50% de los alojamientos y restaurantes</u> para que cumplan con los principios de sostenibilidad y crear <u>2 nuevos</u> entre 2021-2023. |
| ✓ Incorporar <u>realidad virtual en al menos 2 zonas</u> de la región, creación de <u>hologramas en 1 monumento</u> y trabajar la <u>realidad aumentada en 2 museos</u> durante 2022-2024. |
| ✓ Conseguir que en el año 2021 estén <u>certificados ambientalmente el 65% de los alojamientos</u> . La consecución de la <u>CETS para otra zona de la región</u> y el calificativo de <u>Reserva de la Biosfera para “El País del Búho”</u> en 2022. |
| ✓ Crear al menos <u>2 nuevos senderos accesibles</u> , tener <u>un camping costero adaptado</u> a personas con movilidad reducida, incluir <u>2 rutas en lengua de signos</u> en 2022. |

Cuadro 5.30. *Objetivos del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024*

Fuente: elaboración propia

| LINEAS |
|--|
| 1. Turismo de naturaleza sostenible. |
| 2. La inclusión del Turismo <u>Smart</u> . |
| 3. Gobernanza: planificación, gestión y certificaciones. |
| 4. Equipamientos y accesibilidad |
| 5. Imagen de destino y promoción en medios digitales. |

Cuadro 5.31. *Líneas del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021.2024*

Fuente: elaboración propia

ESTRATEGIAS

- **Estrategia de planificación:** en primer lugar se llevará a cabo esta estrategia de gestión, puesto que aquí se realizarán la toma de decisiones, la definición de objetivos y la creación de otras estrategias. Se llevará a cabo de manera coordinada y se ejecutará bajo los principios de la gobernanza, contando con apoyo institucional pero también con acuerdos del sector privado, participación ciudadana e intercambio de información con distintos destinos y plataformas.
- **Estrategia de segmentación:** realizaremos esta estrategia basándonos en los turistas que nos visitan (sol y playa, cultural y de naturaleza) y en aquellos turistas potenciales que intentamos atraer (turistas de naturaleza concienciados con el medio ambiente). Dirigiremos distintas acciones de promoción y de productos para satisfacer sus necesidades e incrementar la conciencia ambiental en ellos para la realización de un turismo sostenible sea la modalidad que sea.
- **Estrategia de producto/servicio:** con esta estrategia llevaremos a cabo la creación de nuevos productos y servicios que se ajusten a las necesidades de la demanda actual. Se desarrollará en distintas fases: una primera, de introducción de nuevas actividades, remodelación y mejora de otros productos. La segunda, de mejora de servicios de la región y la inclusión de aquellos que se ajusten al siglo XXI. Y la tercera de revisión y control permanente de todos ellos.
- **Estrategia de promoción:** con esta estrategia de comunicación perseguimos mejorar la imagen de destino y también aumentar la presencia online, tanto en la web oficial de turismo como en las distintas redes sociales. Con esta promoción del destino no solo mostraremos su imagen, sino también las acciones que se realizan desde los distintos organismos y las buenas infraestructuras y servicios con los que cuenta la región. Está previsto la realización de campañas publicitarias, planes de marketing, viajes de familiarización, entre otros.

Cuadro 5.32. Estrategias del Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024

Fuente: elaboración propia

5.2. Planificación y resultados

Una vez vistos los principios que se van a perseguir durante todo el desarrollo del plan, a continuación se expondrá el primer boceto de lo que sería la propuesta del plan, así

como con algunas de las actuaciones que se podrían realizar para cada línea expuesta con anterioridad.

Como podremos observar a continuación en el gráfico resumen del boceto del plan (**Grafico 5.33**) nos encontramos con algunas de las acciones que se podrían desarrollar para conseguir los objetivos y metas propuestas. En el *Anexo 5. Propuesta Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024* se ampliará la información del proyecto. En cuanto a las actuaciones, la mayoría se desarrollarán entre 1 año y 2 años aproximadamente. Teóricamente, como es un plan de cuatro años y su duración es muy corta, solo se considerará el corto y el medio plazo, siendo así: de 1 mes a 1 año y medio corto plazo, y de 1 año y medio a 4 años medio plazo. De igual manera, aunque no está incluida una tabla con acciones de evaluación y seguimiento en este primer boceto, me gustaría destacar que una vez cumplida cada propuesta, se deberían de revisar cada 6 meses para corregir cualquier problema evidente y hacer un diagnóstico final de evaluación al cómputo total de los cuatro años que finalice el plan, para su revisión positiva y negativa de las acciones llevadas a cabo.



Cuadro 5.33. Resumen con líneas y actuaciones del proyecto

Fuente: elaboración propia

Se puede prever que los resultados, tendrán un carácter positivo y funcionarán bien, ya que no solo estamos cumpliendo con la consecución de la imagen de un turismo de naturaleza puro y duro, sino que además, se interrelacionan otras tipologías como pueden ser el turismo smart, muy coordinado con los principios de la sostenibilidad, así como pinceladas de un turismo industrial mejor desarrollado en nuevas zonas y la posible implantación del turismo naranja con la ayuda de las sociedades locales y contribución de las AA.PP y del sector privado. Por supuesto también, la tan necesaria mejora de los establecimientos hoteleros con sus correspondientes certificados sostenibles y la obtención de nuevas certificaciones para esos Espacios Naturales Protegidos que llevan tantos años detrás de su consecución. De igual manera, el cambio que se realizará en la imagen de destino, con su buena promoción en canales y redes sociales, para actualizarlas, tener un diseño más atractivo y adaptar más los contenidos que se publican para ganar difusión e interacción.

En definitiva, unas primeras acciones que a primera vista son posibles de conseguir en ese período de cuatro años, para cubrir aquellos aspectos más básicos, que a través de un análisis intensivo de la Región de Murcia hemos detectado y así poner medidas correctivas o nuevas, ante la dejadez de sus planificadores en temas tan simples que hacen que no se consigan del todo los principios de sostenibilidad del siglo XXI.

CONCLUSIONES

El turismo es una industria que genera muchos beneficios pero sí se desarrolla de manera irresponsable estos sólo serán a corto plazo. Como se ha reflejado en el estudio, el modelo tradicional de masas genera más impactos negativos (modificación entorno, sobreexplotación recursos, pérdida identidad cultural, enriquecimiento empresas extranjeras...) que positivos, pues busca el beneficio económico por encima de todo.

- El nuevo paradigma de turismo sostenible surge como hoja de ruta para avanzar en la modificación de los fuertes impactos que genera el modelo predominante. Se caracteriza por cumplir con una gestión responsable de los recursos, así como cubrir con las necesidades económicas y sociales de la población autóctona.
- El turismo sostenible no es un modelo que esté en los destino y que haya que desarrollarlo para mejorarlo, no es un parche, sino un nuevo modelo de desarrollo.
- La sostenibilidad resalta algunos conceptos fundamentales como la accesibilidad y un turismo para todos o la importancia que adquiere la gobernanza, entendida como la cooperación y coordinación de todos los agentes que forman parte de la organización para el intercambio de información.
- En el siglo XXI se presenta como cuestión esencial unir este paradigma de turismo sostenible con los avances que se están haciendo de turismo Smart. Algunos casos de éxito: gestión más eficiente de recursos, más cantidad de datos para conocer mejor la demanda o introducción de nuevas herramientas digitales.
- La demanda ha cambiado mucho en los últimos años. Actualmente, hay una tendencia en alza por la elección de tipos de turismo sostenibles, más activos y de carácter experiencial, en definitiva, demandan turismos de calidad.
- La oferta en el caso del turismo de naturaleza se ve que, acorde con la demanda de esta tipología, son responsables con el medio y su conservación, utilizando edificios rehabilitados y prestando servicios sostenibles con la colaboración de los autóctonos.
- Últimamente el Club de Ecoturismo España ha avanzado mucho en el turismo de naturaleza sostenible, por lo que estudios de buenas prácticas y profundizar en el análisis de demanda, resultan útiles para aplicar en otras zonas como casos de éxito.

- En la actualidad, la imagen de destino es fundamental, primando la diversificación en tipologías y zonas y dejando atrás una única imagen de marca. Es decir, se vela por la consecución de presentar a los visitantes la variedad y cantidad de oferta turística.
- En el siglo XXI las certificaciones en espacios y establecimientos han avanzado considerablemente. Sin embargo, sigue habiendo una cuantía elevada sin estar unificadas y las de carácter ambiental siguen escaseando.
- En general, en España y en Murcia parece que se está comenzando en tipologías turísticas al tradicional sol y playa pero no parece que se esté apostando por una planificación y gestión sostenible de las mismas.

Por otro lado, en el **estudio de caso** como hemos presenciado, van existiendo planes y acciones de sostenibilidad pero parece que por el momento más desarrollados sobre el papel que en la realidad, por lo que aún quedan muchas cosas por hacer.

- Tienen un patrimonio amplio pero hay recursos que no están puestos en valor. Por lo que desaprovechan zonas y aumentan la capacidad de carga en otras muy saturadas.
- El sector privado cumple con las expectativas de la demanda y ofrece variedad de productos y servicios. Sin embargo, la industria hotelera está obsoleta y hay escasez de alojamientos con certificación de calidad y ecológica, con solo tres alojamientos que están certificados ambientalmente. Al igual que la ausencia y el desinterés por las certificaciones de KM0 en restauración.
- La imagen de destino que proyecta la Región de Murcia, cumple con las expectativas. Sí que expone la diversificación de los tipos de turismo que se pueden practicar, pero falla la potenciación de más zonas turísticas infravaloradas y la promoción online, sobre todo en los contenidos de las redes sociales.
- La mayor parte de las acciones de planificación y gestión las realizan las Administraciones Públicas (ayuntamientos y gobiernos) pero falta en una alta proporción la colaboración del sector privado, la sociedad civil y la población local.
- La planificación está más plasmada en papel que en la realidad, sin unas líneas claras en sus planes para conseguir el turismo sostenible en el territorio.
- Se observa que la Gobernanza es bastante escasa en el territorio. Aunque sí que existen mesas de reuniones anuales en base a esta y se ha realizado alguna acción de gobernanza local como el caso de los presupuestos participativos.

- Ante una planificación poco centrada en turismo sostenible se ha diseñado y propuesto en este trabajo un *Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible* como propuesta para conseguir la sostenibilidad bajo el amparo del turismo de naturaleza uniéndolo con turismos complementarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Almeida, M. (2019). Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo. *Cuadernos de Turismo*, 1 (44), pp. 13-26.
Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404711>
- Álvarez Sousa, A. (s.f.). *Cambio Social y ocio turístico en el siglo XXI*. Universidad de Coruña, España. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/61908506.pdf>
- Anónimo (30 de mayo, 2016). ISO 14.001: ¿Cómo comenzó? [Entrada de Blog] *Escuela Europea de Excelencia*. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-14001.com/2016/05/iso-14001-como-comenzo/>
- Anónimo (3 de febrero de 2020). La “España vaciada” y como puede ayudar las “smart cities”. *Econoticias.com*. Recuperado de: <https://www.ecoticias.com/sostenibilidad/199068/Espana-puede-ayudar-smart-cities>
- Ayuntamiento de Jumilla (14 de enero de 2020). La Ruta KM0 potenciará el enoturismo en el municipio durante el mes de febrero. *Murcia.com*. Recuperado de: <https://www.murcia.com/jumilla/noticias/2020/01/14-la-ruta-km0-potenciara-el-enoturismo-en-el-municipio-durante-el-mes-de-febrero.asp>
- Ayuntamiento de Murcia (6 de febrero de 2020). El Ayuntamiento inicia la conexión de cuatro emblemáticos jardines de Murcia para crear un eje verde de 70.000 m2. *Murcia.com*. Recuperado de: <https://www.murcia.com/noticias/2020/02/06-el-ayuntamiento-inicia-la-conexion-de-cuatro-emblematicos-jardines-de-murcia-para-crear-un-eje-verde-de-70000-m2.asp>
- Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D. (2002). *El proceso de formación de la imagen de destinos turísticos: una revisión teórica*. *Estudios Turísticos*, (154), pp. 5-32.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=848325>
- Beerli Palacio, A., Martín Santana, J.D. y Moreno Gil, S. (2015). *Los agentes que conforman la imagen de los destinos turísticos*. Universidad de las Palmas de Gran

Canaria, España. Recuperado de:
<https://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/morenosergio.pdf>

Belmonte Serrato, F. Ballesteros Pelegrín, G.A. y Sánchez Sánchez, M. A. (2019). Análisis de las actuaciones de protección ambiental y gestión turística en el Parque Regional de Calblanque, Monte de las Cenizas y peña del Águila (Murcia, SE España). *Cuadernos De Turismo*, (43), pp. 123-146. Doi:
<https://doi.org/10.6018/turismo.43.05>

Buendía, L. (28 de noviembre de 2018). Big data para la gestión sostenible de destinos. *HOSTELTUR*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/109952_big-data-para-la-gestion-sostenible-de-destinos.html

Cabrera Álvarez, J. y De Barrio Tejeda, M. (26 de febrero de 2019). Desarrollo de la iniciativa para Smart City de turismo inteligente Your-Trip. *eSMARCITY.es*. Recuperado de: <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-desarrollo-iniciativa-smart-city-turismo-inteligente-your-trip>

Canalís, X. (13 de junio de 2019). Las innovaciones que impulsa la UE al servicio del turismo sostenible. *HOSTELTUR*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/129299_las-innovaciones-que-impulsa-la-ue-al-servicio-del-turismo-sostenible.html

Cantos Martín, R. (2014). *La intervención administrativa en el turismo y el impacto de sus normativas en las políticas turísticas: una visión conjunta de los ordenamientos español e italiano*. (Tesis doctoral, Universidad de Granada). Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/40098/24586420.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CARM (2017). *Presupuestos Participativos Región Murcia 2017*. Recuperado de: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=41003&IDTIPO=11&RASTRO=c2749\\$m51741,50426](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=41003&IDTIPO=11&RASTRO=c2749$m51741,50426)

Casanovas, J.A. (7 de febrero, 2017). Certificaciones y conceptos del Turismo Sostenible. [Entrada de Blog]. *Visiones del Turismo*. Recuperado de: <https://www.visionesdelturismo.es/certificaciones-y-conceptos-del-turismo-sostenible/>

- Caso Fernández-Pacheco, L. (2012). *Las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: Antecedentes y consecuencias*. (Tesis doctoral, Universidad de Oviedo). Asturias, España. Recuperado de: http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/13438/2/TD_lauracasofernandez-pacheco.pdf
- Cebrián Abellán, A. (2005). Acción Local, Turismo y Patrimonio en la Comunidad de Murcia. *Cuadernos de Turismo* (16), pp. 65-83. Universidad de Murcia. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18391/17751>
- CEDOC- SECTUR (2007). *Como desarrollar un proyecto de ecoturismo* [Guía], Fascículo 2. México: Serie de Turismo Alternativo. Recuperado de: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002007.pdf>
- Celdrán Bernabéu, M.A., Mazón, J.N, Ivars Baidal, J.A. y Vera Rebollo, J.F. (2018). *Smart Tourism. Un estudio de mapeo sistemático*. Cuadernos de Turismo (41), pp. 107-138. Universidad de Murcia, España. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/58509/1/326971-1123271-1-PB.pdf>
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (s.f.). *Grandes Proyectos Turísticos Integrados*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11151&IDTIPO=100&RASTR O=c1095\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11151&IDTIPO=100&RASTR O=c1095$m)
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (21 de septiembre de 2018). *Jornadas de Presentación del Proyecto de Innovación. Red Agroecoturismo 2020: Territorio Sierra Espuña*. Murcia: Programa de Desarrollo Rural Región de Murcia. Recuperado de: <https://pdr.carm.es/-/jornadas-de-presentacion-del-proyecto-de-innovacion-red-agroecoturismo-2020-territorio-sierra-espuna->
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (12 de febrero de 2020). *El Gobierno Regional impulsa el nuevo Plan Estratégico de Turismo 2020-2030* [Nota de Prensa]. Recuperado de: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=106616&IDTIPO=10&RASTRO=c60\\$s3\\$m](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=106616&IDTIPO=10&RASTRO=c60$s3$m)
- Concepto y tipologías de la demanda turística (11 de noviembre, 2013). *Concepto y definición de demanda turística* [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://margaed.blogspot.com/2013/11/concepto-y-definicion-de-demanda.html>

- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995). *Carta Mundial de Turismo Sostenible*. Lanzarote (Islas Canarias), España. Recuperado de: <http://www.datosdelanzarote.com/uploads/doc/20051226123220895CartaTurismoLanzarote.pdf>
- Consejería de Fomento é Infraestructuras. D. G. Territorio y Arquitectura (2004). *Actuaciones de Interés Regional*. Murcia: SitMurcia. Recuperado de: <http://sitmurcia.carm.es/actuaciones-de-interes-regional>
- Consejería de Industria y Medio Ambiente (2006). *Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Suelo Industrial de la Región de Murcia*. Recuperado de: <https://sitmurcia.carm.es/documents/13454/40558/Normativa+de+las+Directrices+y+Plan+de+Ordenacion+Territorial+del+Suelo+Industrial+de+la+Region+de+Murcia.pdf/5fcf7a02-0f61-4481-a887-c29d09b8b8bc>
- Crosby, A. (12 de julio de 2018). ¿Importan las certificaciones y sellos ecológicos en turismo? *HOSTELTUR*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/comunidad/002074_importan-las-certificaciones-y-sellos-ecologicos-en-turismo.html
- Cumbre Mundial del Ecoturismo (2002). *Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo*. Quebec, Canadá. Recuperado de: <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/X/03.pdf>
- Cumbre Mundial de Turismo Sostenible (2015). *Carta Mundial de Turismo Sostenible*. Vitoria-Gasteiz, España. Recuperado de: <http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf>
- Díaz-Luque, P. y Jiménez Marín, G. (2013). La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. *QUESTIONES PUBLICITARIAS*, 1(18), pp. 39-55. Recuperado de: <https://www.questionespublicitarias.es/article/view/v18-diaz-luque-jimenez/38-pdf-es>
- Durán Fuentes, C. (2010). *Proyecto Gobernanza para el Sector Turismo* [Informe Ejecutivo]. México: Estadísticas y Cuenta Satélite del Turismo y OMT. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-06/semana1/obligatorio/Proyectogobernanzaparaelsectorturismo.pdf>

- Echamendi Lorente, P. (2001). *La capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación*. (21), pp. 11-30. Anales de Geografía de la Universidad Complutense. Madrid, España: Ediciones Complutense. Recuperado de: http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/26/Capacidad_carga.pdf
- Ecomandanga (12 de agosto de 2012). *Agroturismo en fincas agroecológicas en el Sureste peninsular*. Bullas (Murcia): BioSegura. Recuperado de: <https://biosegura.es/agroturismo-en-fincas-agroecologicas-en-el-sureste-peninsular/>
- Econoticias.com (4 de noviembre de 2019). *Murcia se postula a “Capital Verde Europea 2022”*. Recuperado de: <https://www.ecoticias.com/sostenibilidad/197459/murcia-capital-verde-2022>
- Ecotur (2014). *Ecoturismo*. Fundación Ecoagroturismo, Asturias, España. Recuperado de: https://www.ecotur.es/ecoturismo-turismo-ecologico-y-responsable-casas-rurales/menu/ecoturismo_2483_1_ap.html
- Entorno Turístico Staff (27 de febrero, 2018). Qué es la demanda turística y su clasificación [Entrada en blog]. *Escuela de Turismo*. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/la-demanda-turistica-clasificacion/>
- EP (22 de febrero de 2019). La secretaria de Estado pide a Murcia “una mejor planificación turística”. *Diario La Verdad*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/secretaria-estado-turismo-20190222160056-nt.html>
- Escobedo Hernández, C. A., (20 de noviembre, 2018). Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen? [Entrada en blog]. *Escuela de Turismo*. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Esmarcity.es (5 de diciembre de 2018). *MiMurcia: proyecto de ciudad inteligente del Ayuntamiento de Murcia*. Recuperado de: <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-mimurcia-proyecto-ciudad-inteligente-del-ayuntamiento-murcia>
- Europa press (22 de febrero de 2019). *La secretaria de Estado de Turismo pide a Murcia una mejor planificación turística y urbanística*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/murcia/noticia-secretaria-estado-turismo-pide-murcia-mejor-planificacion-turistica-urbanistica-20190222155214.html>

- Federación Española de Municipios y provincias (2018). *Gobernanza Participativa Local. Construyendo un nuevo marco de relación con la ciudadanía*. Recuperado de: <http://femp.femp.es/files/3580-1936-fichero/GOBERNANZA%20PARTICIPATIVA%20LOCAL.pdf>
- Federación EUROPARC (s.f.). *Carta Europea Turismo Sostenible*. Recuperado de: <http://www.redeuroparc.org/actividades/carta-europea-turismo-sostenible>
- Femenía Millet, O. (2011). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. Universidad de Málaga (UMA), Grupo EUMEDNET, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=482050>
- Fundación Integra Digital (s.f.). *El Convenio Ramsar. Las Lagunas de las Moreras y Campotéjar: Humedales de Importancia Internacional*. Murcia: Región de Murcia digital. Recuperado de: https://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,365,m,2705&r=ReP-25490-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- Fundación Integra Digital (s.f.). *Espacios Naturales*. Murcia: Región de Murcia digital. Recuperado de: http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,365,m,1039&r=ReP-20123-DETALLE_REPORTAJESPADRE
- García, A. (1 de diciembre de 2019). Murcia, primer destino regional en la Red de Turismo Inteligente. *La Opinión De Murcia*. Recuperado de: <https://www.laopiniondemurcia.es/murcia/2019/12/02/murcia-primer-destino-regional-red/1072723.html>
- Gil Quiles, M.D. y García Pérez, M.D. (2017). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el Valle de Ricote (Murcia). *Cuadernos De Turismo*, (39), pp. 215-238. Universidad de Murcia. Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290511>
- Gisolf, M.C. (7 de febrero, 2014). Motivación en el Turismo [Entrada de Blog]. *Turismo en Teoría*. Recuperado de: <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Gobierno de México (s.f.). Glosario. Recuperado de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_D
- Gómez-Limón, J. (2013). Seminario Permanente “Club de Ecoturismo en España”. *La Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Protegidos*. EUROPARC y

CENEAM Recuperado de: https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/carta-europea-turismo-sostenible_tcm30-168776.pdf

González Alatorre, E.A. y Conde Pérez, E.M. (diciembre 2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. *TURyDES*, 4(11), pp. 1-25. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.pdf>

González Escobar, R. (2015). *Promoción turística en redes sociales* (Trabajo Fin de Grado, Altamira, Escuela Universitaria de Turismo). Santander, España. Recuperado de: https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6646/GONZALEZ_ESC OBAR_RAQUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Henaó, O. y Córdoba, J.F. (2007). *Comportamiento del Consumidor, una mirada sociológica*. 3(2), pp. 19-29: Unilibre Cali. Recuperado de: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FNaST4OC1hQJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3992004.pdf+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=es>

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (s.f.). *Empresas de Turismo Activo*. Murcia: Costa Cálida Región de Murcia. Recuperado de: https://www.murciaturistica.es/es/empresas_turismo_activo/

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2018). *Región de Murcia Slow Life* [Folleto]. Recuperado de: https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/folletos/1/PTMDOC_1_390201_9.pdf

Jurado, A. (27 de febrero, 2019). *Smart Destinations: Cuando la innovación y el turismo se dan la mano* [Entrada en Blog]. Revista Digital INESEM. Recuperado de: <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/smart-destinations/>

Kelejyan, Z. (2011). *La sostenibilidad en el ámbito del turismo y una correcta planificación y desarrollo sostenible en los destinos turísticos. El ejemplo de España*. (Trabajo fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia). Gandía, España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13860/tfc%20kelejyan.pdf?sequence=1>

- López Bonilla, J.M. y López Bonilla, L.M. (julio-diciembre 2008). La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *El Periplo Sustentable*, (15), pp. 123-150. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193415512006.pdf>
- Marchena Gómez, M., Vera Rebollo, F., Fernández Tabales, A. y Santos Pavón, E. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: turismo sostenible y gestión municipal*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/06/228-omt-agenda-para-planificadores-locales-turismo-sostenible-y-gestion-municipal.pdf>
- Martínez Argudo, J. (21 de agosto, 2019). Los Factores que Influyen en la Demanda [Entrada de Blog]. *ECONOSUBLIME*. Recuperado de: <http://www.econosublime.com/2017/10/factores-demanda.html>
- Martínez del Vas, G. (2017). Proceso de configuración de un destino turístico y efectos de la política turística en la Región de Murcia. *Cuadernos De Turismo*, (40), pp. 439-464. Universidad de Murcia. Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310061>
- Martínez Pagán, T. (10 de noviembre de 2019). Ecoturismo en Cabo Tiñoso. *Diario La Verdad*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/cartagena/ecoturismo-cabo-tinoso-20191110005239-ntvo.html>
- Millán Escriche, M. (enero-junio de 2017). Propuesta para una mirada renovada de la ciudad de Murcia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, (15), pp. 65-97: Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Murcia. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/73367/1/58-Texto%20del%20art%20c3%adculo-111-1-10-20190228.pdf>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2012). *Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Protegidos*. EUROPARC-España y CENEAM (Valsaín-Segovia). Recuperado de: <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/turismo-sostenible/default.aspx>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (s.f.) *Módulo de Sensibilización Ambiental para el Sector Turístico*. Red de Autoridades Ambientales. Recuperado de: https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/red-de-autoridades-ambientales-raa-/moduloturismodic04_tcm30-166734.pdf

- Miralbell Izard, O., Arcarons i Simon, R., Capellà i Hereu, J., González Reverté, F. y Pallàs i de Pineda, J.M. (2010). *Gestión Pública del Turismo*. Barcelona, España: Editorial UOC. Recuperado de: https://books.google.es/books?id=T_zPCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marco+institucional+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik_sSZuo3pAhWx3eAKHbxZDDkQ6AEIczAJ#v=onepage&q=marco%20institucional%20turismo&f=false
- Montesinos, A. (25 de agosto, 2017). Descubre el Turismo Naranja. [Entrada en Blog]. *Blog de SEGITTUR*. Recuperado de: <https://blog.segittur.es/turismo-naranja/>
- Moreno Gil, S., Beerli Palacio, M.A. y De León, J. (2012). *Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones*. Criterio libre, 10(16), pp. 115-142. Bogotá, Colombia. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/254400150_Entender_la_imagen_de_un_destino_turistico_factores_que_la_integran_y_la_influencia_de_las_motivaciones
- Muñoz, N. (11 de octubre, 2019). *La OMT recoge los 5 ejes de Destinos Turísticos Inteligente de España en su Declaración de Nursultán* [Entrada en Blog]. Blog de SEGITTUR. Recuperado de: <https://blog.segittur.es/la-omt-recoge-los-5-ejes-de-destinos-turisticos-inteligente-de-espana-en-su-declaracion-de-nursultan/>
- Noticias legales y legislación internacional (2001). *Ley 1/2001, de 24 de abril, del Suelo de la Región de Murcia* (Vigente hasta el 09 de Enero de 2006). Murcia: Noticias Jurídicas. Recuperado de: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/mu-11-2001.html
- Observatorio de Ecoturismo de España (enero-mayo 2018). *Avance de Resultados de la encuesta sobre demanda de ecoturismo en España*. Club de Ecoturismo España. Asociación de Ecoturismo en España. Recuperado de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2018/12/Avance-resultados_Obs-Ecoturismo_DEMANDA_mayo2018_red.pdf
- Observatorio de Ecoturismo de España (enero-mayo 2018). *Avance de Resultados de la encuesta sobre oferta de ecoturismo en España*. Club de Ecoturismo España. Asociación de Ecoturismo en España. Recuperado de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2018/12/Avance-resultados_Obs-Ecoturismo_OFERTA_mayo2018_red.pdf

- Olmos Juárez, L. y García Cebrián, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo. Recuperado de: <https://books.google.es/books?id=1UNjQA5sTqUC&pg=PA5&dq=turismo+emisor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjC8dfTgovpAhXM8eAKHW6xDNMQ6AEIVTAF#v=onepage&q=turismo%20emisor&f=false>
- Organización Internacional de Estandarización (2010). *ISO 26000 Responsabilidad Social*. Suiza. Recuperado de: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Organización Mundial del Turismo (1999). Resolución A/RES/406 (XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT. *Código Ético Mundial para el Turismo*. Santiago de Chile. Recuperado de: <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2000). *Desarrollo Sostenible del Turismo. Un Compendio de Buenas Prácticas*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403721>
- Organización Mundial del Turismo (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica*. Madrid, España. Recuperado de: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES_OMT.pdf
- Organización Mundial del Turismo (2016). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Madrid, España: UNWTO. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>
- Organización Mundial del Turismo (15 de diciembre de 2017). *Club de Ecoturismo en España*. Recuperado de: <http://www.tourism4development2017.org/es/soluciones/club-ecoturismo-en-espana-2/>
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. [e-Library], pp.1-55. Madrid, España. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

- Organización Mundial del Turismo (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos (OGD) – Preparando las OGD de cara a nuevos retos*. Madrid, España: UNWTO. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420933>
- Palazón Botella, M.D. (2018). *El Patrimonio de la Industria: un Referente Turístico para explorar en la Región de Murcia*. Cuadernos de Turismo (41), pp. 491-512. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/58518/1/327121-1123591-1-PB.pdf>
- Paniagua Rojano, F. J. y Huertas Roig, A. (10 de enero de 2018). Credibilidad en los medios sociales de los destinos turísticos. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 5(9), pp. 120-130. Recuperado de: <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/160/135>
- Peral Martínez, J. (12 de enero, 2018). Certificación de Turismo Sostenible: quién hace qué en un ambiente cada vez más competitivo. [Entrada de Blog]. *Travindy*. Recuperado de: <https://www.travindy.com/es/2018/01/certificacion-de-turismo-sostenible-quien-hace-que-en-un-ambiente-cada-vez-mas-competitivo/>
- Pérez Piernas, P. y Espejo Marín, C. (2012). *La pesca como factor de desarrollo del turismo sostenible. El caso de Águilas (Murcia)*. Cuadernos De Turismo, (30), pp. 267-284. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160751>
- Picazo, H. (23 de noviembre de 2017). Calblanque, turismo sostenible. *La Opinión DE MURCIA*. Recuperado de: <https://www.laopiniondemurcia.es/opinion/2017/11/24/calblanque-turismo-sostenible/877822.html>
- Prieto Ballester, J.M. y Pérez Calderón, E. (2017). Análisis de la Gobernanza en los Parques Nacionales Españoles a partir de un Análisis Delphi. *Papers de turismo*, (60), pp. 41-64. Recuperado de: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/488/402>
- Red Rural Nacional (2011). *Buenas Prácticas en Turismo Rural*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Recuperado de: <http://www.redruralnacional.es/documents/10182/30117/Manual+de+BBPP+Turismo+rural/be80ceaf-9485-47aa-8418-d4f78cc5c9b0>

- Risi, M. (2 de marzo de 2018). *Medición creíble del turismo Sostenible para mejorar la toma de decisiones*. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-03-02/medicion-creible-del-turismo-sostenible-para-mejorar-la-toma-de-decisiones>
- Rivas García, J. y Magadán Díaz, M. (2012). *Planificación Turística y Desarrollo Sostenible*. Oviedo, España: Septem Ediciones. Recuperado de: <https://books.google.es/books?id=vdKoBAAAQBAJ&pg=PA150&dq=constante+re+vision+de+las+certificaciones+turisticas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjX862d25fpAhUNkRQKHRrQDOgQ6AEIMzAB#v=onepage&q=constante%20revision%20de%20las%20certificaciones%20turisticas&f=false>
- Rodríguez Darias, A.J., Díaz Rodríguez, P. y Santana Talavera, A. (2012). *Estrategias de gestión de imagen de destino en Fuerteventura. De los folletos a la intercomunicación*. Cuadernos De Turismo, (30), pp. 219-239. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160781>
- Rodríguez, F. (24 de abril, 2019). Las smart destinations y la plataformización del turismo. [Entrada en Blog]. *Adigital*. Recuperado de: <https://blog.adigital.org/smart-destinations-y-plataformizacion-del-turismo-2688c8a251a7>
- Rodríguez, G. y Prats Palazuelo, F. (2007). *Sostenibilidad ambiental y certificaciones en el sector turístico*. Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo y Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Estudios Turísticos, nº. 172-173, pp. 157-165. Recuperado de: <https://docplayer.es/15012310-Sostenibilidad-ambiental-y-certificaciones-en-el-sector-turistico.html>
- Ruiz, M.A. (12 de marzo de 2019). Iberdrola no renuncia a construir en la Marina de Cope. *Diario La Verdad*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/lospiesenlatierra/noticias/iberdrola-renuncia-construir-20190312020822-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Sancho, A. (Dir.) (1998). *Introducción al turismo*. (Trabajo de investigación). Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT). Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

- Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (2015). *Plan Nacional de Ciudades Inteligentes 2015*. Agenda Digital para España. Recuperado de: <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0684517.pdf>
- Secretaría de Estado de Turismo (2014). *Desarrollo y Sostenibilidad*. Ministerio de Industria y Turismo. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/Paginas/desarrollo-sostenibilidad.aspx>
- Secretaría de Estado de Turismo (2019). *Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Gobierno de España. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>
- Secretaría de Estado de Turismo (2019). *VII Seminario Permanente Club de Ecoturismo en España*. Organismo Autónomo Parques Nacionales y CENEAM, Valsaín, España. Recuperado de: https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/acta7semclubecoturismoceneam_tcm30-507578.pdf
- Secretaría General para el Desarrollo y la Biodiversidad (2010). *ZEPIM Tesoros Vivos del Mediterráneo* [Convenio de Barcelona para la Protección del Medio Marino y de la Región Costera del Mediterráneo]. Ministerio de Medio Ambiente. Madrid, España. Recuperado de: http://www.murcianatural.carm.es/c/document_library/get_file?uuid=c767c271-5d12-4161-945f-d6e45a0c5275&groupId=14
- SECTUR (2017). *Estrategia para el Impulso y Desarrollo del Turismo de Naturaleza en México*. pp. 2-64. México: Subsecretaría de Planificación y Política Turística. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/278215/ETNM_v3_oct17.pdf
- SEGITTUR (s.f.). *Ayudas europeas para el turismo*. Ministerio de Industria y Turismo. Recuperado de: <https://www.segittur.es/es/innpulsa-turismo/innpulsa-detalle/Ayudas-europeas-para-el-turismo-/#.Xq7wGqgzbiW>
- SEGITTUR (s.f.). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Secretaría de Estado de Turismo. Recuperado de: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>

- SEGITTUR (2012). *Libro Blanco de Destinos Turísticos Inteligentes*. Secretaría de Estado de Turismo. Recuperado de: <https://www.segittur.es/es/DTI/dti-detalle/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-/#.Xq8KnKgzbIV>
- Serrano Solana, P. (10 de agosto de 2014). Los promotores de un macrocomplejo turístico acusan a Murcia de negligencia y piden 9 millones de euros. *Eldiario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/politica/promotores-macroproyecto-urbanistico-Murcia-negligencia_0_290121548.html
- Socatelli, M. A. (2013). Extracto del Libro: *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios – Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, América Central: InterMark – Consultores de Turismo Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Socías Camacho, J. (s.f.). *Planificación Territorial, Medio Ambiente y Turismo: Hacia un Turismo Sostenible*. Universidad de las Islas Baleares, España. Recuperado de: <https://deje.ua.es/es/derecho-administrativo/documentos/ponencias-congreso-profesores-administrativo/ponencia-joana-m.pdf>
- Subsecretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación (julio de 2017). *El Turismo de Naturaleza en España*. Análisis y prospectiva Serie Medio Ambiente. Nº (9). Recuperado de: https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/seriemedioambienten9_turismodenaturalezaenespana_tcm7-464178_tcm30-481336.pdf
- Torres Delgado, A. (s.f.). *Los sistemas de indicadores: instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España*. (Trabajo de Investigación, Universidad de Barcelona). España. Recuperado de: <https://aecit.org/uploads/public/congresos/16/Comunicaciones/Sesion%202/7.%20Los%20sistemas%20de%20indicadores.pdf>
- Traverso Cortés, J (2007). *Modelo para la obtención de la imagen de un destino turístico*. Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo y Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Estudios Turísticos nº. 174, pp. 33-48. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2710457>

- Tresserras Jordi, J. (10 de agosto de 2015). El turismo naranja: el color del turismo cultural y creativo. Rumbo a una alianza estratégica entre los sectores cultural y turístico. *HOSTELTUR*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/comunidad/004289_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html
- Turespaña (2007). *Turismo 2020: Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Madrid, España. Recuperado de: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>
- Turismo de Naturaleza Sostenible y Responsable (2017). Experiencias. *Revista el Ecoturista*. Recuperado de: <https://elecoturista.com/experiencias/>
- UNEP (2015). *Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles*. Recuperado de: <https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/10yfp-general-brochure-es.pdf>
- Unión Europea (2020). *Portal sobre pueblos inteligentes*. European Network for Rural Development. Recuperado de: https://enrd.ec.europa.eu/smart-and-competitive-rural-areas/smart-villages/smart-villages-portal_es
- Valenzuela Rubio, M. (2017). La sostenibilidad ambiental del sector hotelero español. Una contribución al turismo sostenible entre el interés empresarial y el compromiso ambiental. *Arbor*, 193(785): a403. Doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3009>
- Velasco González, M. (2008). *Gestión de destinos: gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino*. (Documento presentado en el XVII Simposio Internacional de Ocio y Turismo de ESADE). Barcelona, España. Recuperado de: <https://www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf5.pdf,%2012-09-2012>.
- Villaécija, R. (19 de enero de 2020). Fitur 2020: el turismo español pone el foco en el modelo de Ámsterdam. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/economia/2020/01/19/5e206c44fdddf9d828b46a7.html>

World Tourism Organization (1995). *Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond*. Volume 1 the World. Madrid, Spain: WTO Tourism Forecasting Series. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284400744>

World Tourism Organization (s.f.). *Sustainable Development*. Madrid, Spain. Recuperado de: <https://www.unwto.org/sustainable-development>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Allende Letona, E. (marzo 2018). Jóvenes: nuevos hábitos de consumo. *Revista de estudios de juventud*, (119). Recuperado de: http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/3.-_jovenes_y_habitos_de_consumo_en_turismo.pdf

Ayuntamiento de Murcia (s.f.). *Plan Operativo de Desarrollo Turístico del Municipio de Murcia (2017-2020)*. Murcia: Turismo Murcia. Recuperado de: https://turismodemurcia.es/es/plan_operativo

Ayuntamiento de Murcia (s.f.). *Visitas Guiadas*. Murcia: Turismo Murcia. Recuperado de: https://turismodemurcia.es/es/visitas_guiadas_murcia

Comunidad Autónoma de Murcia (2014). *Establecimientos hoteleros. Evolución del número de viajeros entrados, pernoctaciones, estancia media, grado de ocupación por plazas y habitaciones por meses*. Murcia: CREM Centro Regional de Estadística de Murcia. Recuperado de: <http://econet.carm.es/web/crem/inicio/-/crem/sicrem/PU12/sec19.html>

Comunidad Autónoma de Murcia (s.f.). *Turismo – Estadísticas*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=619&IDTIPO=140&RASTRO=c176\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=619&IDTIPO=140&RASTRO=c176$m)

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2019). *Estadísticas de Turismo: Oferta Turística*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11276&IDTIPO=100&RASTRO=c1335\\$m13833](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11276&IDTIPO=100&RASTRO=c1335$m13833)

- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (s.f.). *Plan Director de Turismo de Murcia (2006-2012)*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11291&IDTIPO=100&RASTRO=c1095\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11291&IDTIPO=100&RASTRO=c1095$m)
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2006). *Plan Estratégico de la Región de Murcia (PERM 2007-2013)*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: <https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=754&IDTIPO=200&RASTRO=>
- Comunidad Autónoma de Murcia (s.f.). *Plan Estratégico de la Región de Murcia 2014-2020 (Plan Iris2020)*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [http://planiris2020.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=47453&IDTIPO=100&RASTRO=c\\$m47432](http://planiris2020.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=47453&IDTIPO=100&RASTRO=c$m47432)
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2019). *Productos turísticos*. Murcia: Región de Murcia. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11330&IDTIPO=100&RASTRO=c1095\\$m11170](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11330&IDTIPO=100&RASTRO=c1095$m11170)
- Diario La Verdad (27 de septiembre de 2019). *Nuevos focos*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/nuevos-focos-20190927005516-ntvo.html>
- Europa press (20 de noviembre de 2019). *Murcia, Capital Española de la Gastronomía en 2020*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/epagro/noticia-murcia-capital-espanola-gastronomia-2020-20191120142716.html>
- Fundación Ecoagroturismo (2014). *Alojamientos Rurales Murcia*. Asturias: Ecotur.es. Recuperado de: https://www.ecotur.es/casas-rurales-murcia-agroturismo-ecoturismo/murcia/alojamientos-rurales-murcia_2288_1_ap.html
- Fundación Integra Digital (s.f.). *Patrimonio*. Murcia: Región de Murcia digital. Recuperado de: <http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,522>
- Fundación Integra Digital (s.f.) *Patrimonio por Municipios*. Murcia: Región de Murcia digital. Recuperado de: <http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,522,m,2019>
- Hinojosa, V. (21 de septiembre de 2017). *Cómo, cuándo y por qué el turista elige destino en su itinerario de compra*. *Hosteltur*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/124175_como-cuando-turista-elige-destino-su-itinerario-compra.html

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (s.f.). *Calidad Turística*. Murcia: ITREM.
Recuperado de: https://www.itrem.es/itrem/q_calidad_turistica/

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (s.f.). *Espacios Temáticos*. Murcia: Costa
Cálida Región de Murcia. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/es/espacios_tematicos/

Instituto de Estudios Turísticos de la Región de Murcia (2018). *Folletos*. Murcia: Costa
Cálida Región de Murcia. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/es/folletos/?tipo=1&texto_libre=&idioma=%2Fes%2Ffolletos&pais=&producto=&anu=2018&localidad=

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2015). *Prensa Costa Cálida Región de
Murcia* [Informe]. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_1596.pdf

Instituto de Estudios Turísticos de la Región de Murcia (2018). *Plan Estratégico de
Turismo de la Región de Murcia 2015-2019* [Balance de Resultados del Primer
Cuatrimestre de 2018]. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2182.pdf

Instituto Turístico de la Región de Murcia (2017). *Plan Estratégico Turístico (2015-
2019)*. Murcia: Costa Cálida Región de Murcia. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2072.pdf

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2018). *Plan estratégico turístico 2015-
2019* [Balance turístico de la Región de Murcia]. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2272.pdf

Instituto Turístico de la Región de Murcia (2018). *Estrategia y Plan de Acción (2018)*.
Murcia: Costa Cálida Región de Murcia. Recuperado de:
https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2133.pdf

Instituto de Estudios Turísticos de la Región de Murcia (2019). *Resumen Cifras de Turismo Región de Murcia* [Boletín Informativo]. Recuperado de: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MJlpkmbn1VQJ:https://www.carm.es/web/Blob%3FARCHIVO%3DBolet%25C3%25ADn%2520estad%25C3%25ADsticas_1C_2019%25202.pdf%26TABLA%3DARCHIVOS%26CAMPOCLAVE%3DIDARCHIVO%26VALORCLAVE%3D158046%26CAMPOIMAGEN%3DARCHIVO%26IDTIPO%3D60%26RASTRO%3Dc619%24m11322+%&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=es

Martínez, B. (4 de octubre de 2019). El sector turístico reclama más implicación de las administraciones para ganar mercado. *Diario La Verdad*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/sector-turistico-reclama-20191004004516-ntvo.html>

NH HOTEL GROUP (s.f.). *Hoteles Sostenibles*. Madrid: NH HOTEL GROUP. Recuperado de: <https://www.nh-hoteles.es/corporate/es/compania-responsable-y-sostenible/sostenibilidad/hoteles-sostenibles>

Quintero Santos, J.L. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. Anales del Museo de América, (12), pp. 263-274. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>

Toledo, M. (13 de julio, 2018). Marketing de contenidos: qué es y cómo aplicarlo a tu estrategia global [Entrada en Blog]. *INBOUNDCYCLE*. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/bid/172516/que-es-el-marketing-de-contenidos>

Velasco González, M. (2008). *Gestión de Destinos: ¿Gobernabilidad del Turismo o Gobernanza del Destino?* CES FELIPE II. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/237220955_GESTION_DE_DESTINOS_GOBERNABILIDAD_DEL_TURISMO_O_GOBERNANZA_DEL_DESTINO

ANEXO 1

Datos informativos para el entorno turístico de la Región de Murcia

| ESPACIOS NATURALES | |
|---|--|
| PARQUES REGIONALES | Sierra del Carche, Sierra de la Pila, Sierra Espuña, El Valle y Carrascoy, Salinas y Arenales de San Pedro del Pinatar, Calblanque, Monte de las Cenizas y Peña del Águila, y Cabo Cope y Puntas de Calnegre |
| RESERVA NATURAL | Sotos y Bosques de Ribera de Cañaverosa |
| PAISAJES PROTEGIDOS | Barrancos de Gebas, Cuatro Calas, Espacios abiertos e islas del Mar Menor, Humedal de Ajauque y Rambla Salada, Sierra de las Moreras, Islas e islotes del litoral mediterráneo y Cabezo Gordo |
| ESPACIOS SIN FIGURA LEGAL ASIGNADA | Cañón de Almadenes, Sierra de la Muela, Saladares del Guadaletín y Sierra de Salinas |
| MONUMENTOS NATURALES | Monte Arabí y Gredas de Bolnuevo |
| RESERVAS MARINAS | Cabo de Palos e Islas Hormigas y Cabo Tiñoso y Roldán |

Fuente: elaboración propia a partir de <http://www.murcianatural.carm.es/> y <http://www.regmurcia.com/>

| BIENES DE INTERÉS CULTURAL | |
|----------------------------|---|
| ABANILLA | Castillo de Abanilla, Castillo de Santa Ana |
| ABARÁN | Puente Viejo, Cueva de la Moneda |
| ÁGUILAS | Embarcadero de El Hornillo, Torre de Cope, Castillo de Chuecos, Castillo de Tébar, Castillo de San Juan de las Águilas |
| ALCANTARILLA | Convento de los Mínimos, Casa de la Inquisición, Rueda de la Huerta y Museo Etnológico |
| ALHAMA MURCIA | Castillo de Alhama, Castillo de Gañuelas, Torre de Comarca, Fortaleza de El Cañarico, Torre del Lomo, Torre del Barracón, Iglesia Parroquial de San Lázaro Obispo, Museo de los Baños |
| ARCHENA | Castillo del Cabezo del Ciervo, Yacimiento Cabezo del Tío Pío. Poblado Ibérico y necrópolis |
| BULLAS | Palacete de Fuente Higüera, Fortaleza El Castellar, Castillo de Bullas, Iglesia Parroquial de Nuestra Señora del Rosario |
| CALASPARRA | Despoblado Islámico de Villa Vieja, Abrigos del Pozo I, II y III, Castillo de San Juan, Edificio El Molinico, Iglesia Parroquial de San Pedro Apóstol |
| CARAVACA DE | Conjunto Histórico Artístico de Caravaca de la Cruz, Real Alcázar Santuario de la Vera Cruz, Delimitación de entorno |

| | |
|------------------|--|
| LA CRUZ | de protección Castillo de Celda, Torre Girón, Sitio Histórico Estrecho de las Cuevas de la Encarnación, Martinete de la Choepa, Iglesia de la Soledad, Torre Mata, Castillo Poyos de Celda, Torre de los Templarios, El Copo y Fuentes del Marqués, Torre de los Alcores, Torre Jorquera, Iglesia de San José, Templo del Bañadero, Iglesia Parroquial del Salvador, Iglesia Parroquial de la Purísima Concepción |
| CARTAGENA | Antiguo edificio del Club de Regatas, Cantera Romanas, Conjunto Histórico Artístico de Cartagena, Faro de Cabo de Palos, Palacio Municipal de Cartagena, Teatro Romano, La Torre Ciega, Zona arqueológica de la Torre Ciega, Ruinas y restos Arqueológicos del Cerro de la Concepción, Poblado Ibérico de la Loma del Escorial, Escuelas Graduadas, Torre de Santa Elena, Torre del Negro, Muralla de Carlos I o del Deán, Batería de San Isidoro y Santa Florentina, Torre Rubia, Torre del moro, Batería de Roldán, Castillo de la Atalaya, Castillo de Galeras, Batería Aguillones, Torre de Navidad, Batería C-4, Destacamento Fajardo, Batería de Castillitos, Torre Llagostera o Huerto de las Bolas, Torre Aredo, Teatro Circo Apolo, Torre de Rame, Gran Hotel, Iglesia del Antiguo Monasterio de San Ginés y Ermita del Monte Miral, Murallas de Carlos III, Cueva de la Higuera, Batería de San Leandro, Castillo del Atalaya, Batería de Atalayón, Castillo de la Concepción. Torre del Homenaje, Torre de Lo Poyo, Batería de Santa Ana. Acasamatada, Batería de la Parajola, Batería de Cenizas, Batería de la Punta de la Podadera, Batería Conejos, Castillo de San Julián, Castillo de los Moros, Batería de Trincabotijas Baja, Batería de Jorel, Castillo de Despeñaperros, Batería del Comandante Royo, Palacio de Aguirre, Yacimiento de las Amoladeras, Casino de Cartagena, Villa Calamari, Sitio Histórico de la Sierra Minera, Baños Termales de la Isla Plana y el Yacimiento de los Tinteros, Palacio de Molina, Molinos de Viento del Campo de Cartagena, Fábrica de Fluido Eléctrico Hispania, Castillito de los Dolores |
| CEHEGÍN | Yacimiento ibérico y tardo romano Cabezo Roenas Yacimiento begastri, Iglesia de Santa María Magdalena, Iglesia de la Concepción, Conjunto Histórico Artístico Casco Antiguo de Cehegín, Ermita Santuario de la Virgen de la Peña, Iglesia de la Soledad, Castillo de Alquipir, Cueva de las Conchas, Cueva de las Palomas, Cueva del Humo, Convento de San Esteban y la Iglesia |
| CIEZA | Despoblado Islámico de Siyasa, Poblado Ibero-romano de Bolbax, Abrigo de la Higuera, Cueva de El Paso II, Cueva de las Escalerillas, Cueva del Pilar, Cueva del Greco I y II, Cueva del Miedo, Cueva del Niño, Las Enredaderas I, II, III, IV, Los cuchillos I, Fortaleza de Ascoy, Castillo de la Atalaya, Convento de los Franciscanos Descalzos de S. Joaquín y S. Pascual, Iglesia de la Asunción, Abrigo de las Enredaderas, Abrigo del Paso, Arco I y II, Cueva de San Jorge, Cueva de las Cabras, Cueva de los Pucheros, Cueva Sima de la Serrata, El Laberinto, Los Grajos I, II y III, Los Rumíes |
| FORTUNA | Castillico de las Peñas, Castillo de los Moros o Torre Vieja |
| JUMILLA | Delimitación Estación de Arte Rupestre de la Morra del Moro, Yacimiento Ibérico de Coimbra del Barranco Ancho, Iglesia de El Salvador, Conjunto Histórico de la Ciudad de Jumilla, Barranco del Junco II, Collado de la Hermana, La |

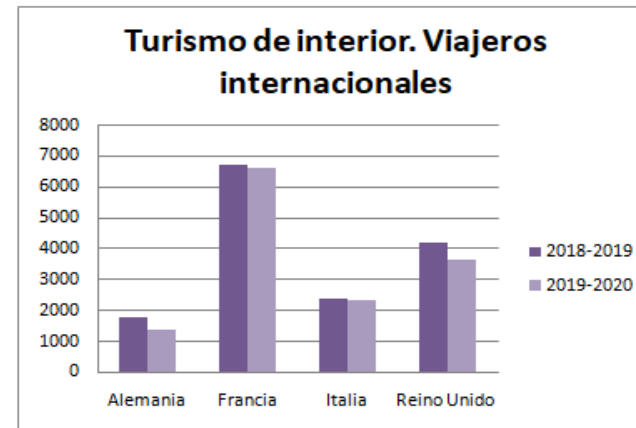
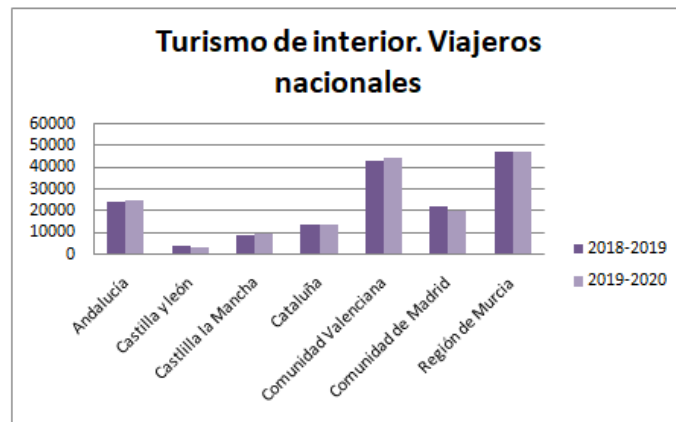
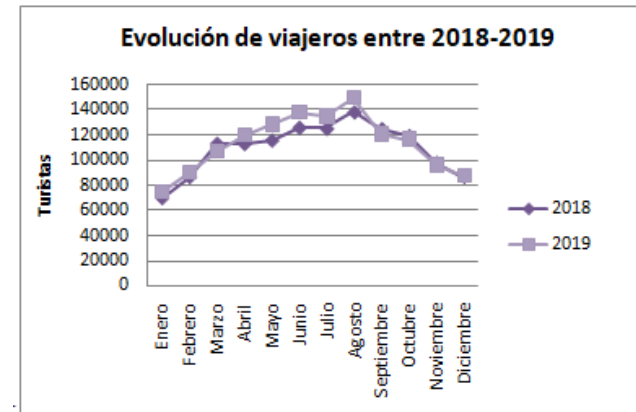
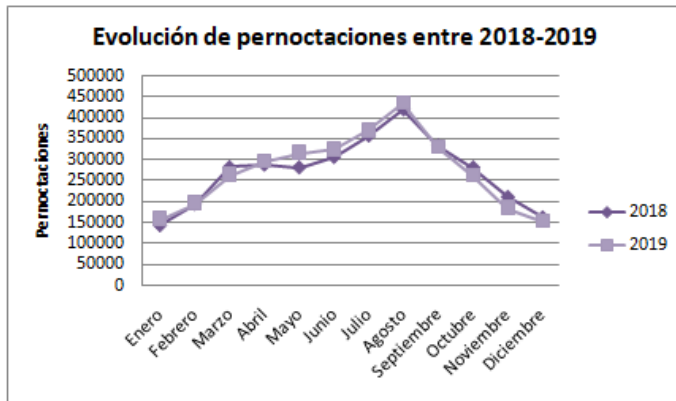
| | |
|--------------------------|---|
| | Calesica, Abrigo de las Hernández, Abrigo de los Gargantones, Abrigo del Monte II y III, Barranco del Junco I, Casas Calle del Rico, Abrigo de Arte Rupestre en la Solana de la Sierra de la Pedrera, El Casón, Iglesia de Santiago, Teatro Vico, Abrigo del Buen Aire I y II, Abrigo del Canto Blanco, Cueva del Peliciego, Torre del Rico y su delimitación |
| LA UNIÓN | Yacimiento de la Huerta del Paturro, Torreblanca, Batería de “la Chapa”, Casa del piñón, Hospital de la Caridad de Portman, Mercado Público de La Unión, Sitio histórico de la Sierra Minera de La Unión |
| LORCA | Conjunto Histórico Artístico de Lorca, Yacimiento Arqueológico Villa Romana de la Quintilla, Cueva de la Palacica, Abrigo del Tío Labrador II, Torre de Torrecilla, Delimitación del Castillo de Xiquena, Castillo de Morata, Castillo de San Félix, Castillo de Pastrana, Castillo de Tirieza, Torre del Araillo o de Sancho Manuel, Torre Molino del Consejero, Torre Puntas de Calnegre, Torre de Luchena, Castillo de Puentes, Torre de Mena, Castillo de Carraclaca, Castillo de la Alquería de Beas, Torre del Obispo, Castillo de Amir, Castillo de Felí, Colegiata de San Patricio, Edificio de la Comunidad de Regantes, Huerto Ruano, Abrigo de los Gavilanes, Abrigo de la Esperilla, Abrigo del Mojao, Cueva del Tío Labrador, Las Covaticas I y II, Los Paradores, iglesia de San Francisco, Teatro Guerra, Palacio Guevara |
| MAZARRÓN | Factoría Romana de los Salazones, Yacimiento Arqueológico El Cabezo del Plomo, Zona Minera de San Cristóbal – Los Perules, Torre de Cantarranas, Torre de los Caballos, Torre de las Cumbres, Torre del Molinete, Castillo de la Majada, Castillo de los Vélez, Edificio del Ayuntamiento |
| MOLINA DEL SEGURA | Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Asunción, Castillo de Molina |
| MORATALLA | Castillo de Priego, Santuario de la Rogativa, Abrigo de Andragulla V, Abrigo de las Buitreras II, Abrigo del Molino de Bagil, Abrigo del Molino de Capel III, Abrigo del Sabinar II, Abrigo Molino de Arrollo Blanco, Rincón de las Cuevas I y II, Rincón del Gitano, Abrigo de las Casas de Charán I, Baños de Somogil, Cañaica del Calar I, II, III y IV, Cenejo del Agua Cernida, Cueva Negra, Molata de Béjar, Abrigo de los Ciervos Negros I y II, Abrigo del Barranco de la Fuente, Abrigo del Cigarrón, Abrigo de Benizar O y VII, Abrigo de Fuensanta IV, Abrigo de Hondares de Abajo, Abrigo de las Alubias I y II, Abrigo de Buitreras I, Abrigo de las Casas de Charán II, Castellar, Abrigo de la Ventana I y II, Abrigo de Zaén I y II, Abrigo del Sabinar, Andragulla I, II, III y IV, Cueva de los Cascarones, Cueva del Esquilo, Fuente del Sabuco I y II, Fuente Serrano I y II, Hondares, La Risca I, II y III, Las Cazuelas, Molino de Capel I y II, Ermita Santuario de Nuestra Señora de la Rogativa, Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción |
| MULA | Zona Arqueológica Cerro de la Alama, Torre del Reloj, Abrigo del Charcón, Abrigo del Milano II, Cueva de Mercedes, Lomo del Herrero I, Torre Islámica de la Puebla, Abrigo del Milano, Cejo Cortado I y II, Iglesia de Nuestra Señora del Carmen, Real Monasterio de la Encarnación de Monjas Clarisas |
| MURCIA | Castillo de Monteagudo, “El Contraste”, Ermita de Jesús, Palacio del Obispo, Archivo Histórico Provincial, Biblioteca |

| | |
|------------------------------|--|
| | Pública del Estado, Consejo de Hombres Buenos de la Huerta de Murcia, Monteagudo-Cabezo de Torres, Torre de El Bojal, Conjunto Histórico Artístico de la Ciudad de Murcia, Torre del Arráz, Castillo del Portazgo, Castillo del puerto de la Cadena, Castillo de Santa Catalina del Monte, Castillo de Alquerías, Castillo de Cabezo del Moro, Castillo de Larache, Capilla de los Vélez, Iglesia Catedral de Santa María, Castillejo de Monteagudo, Iglesia de San Esteban, Ruinas Romanas de la Alberca, Museo Arqueológico Provincial, Museo Provincial de Bellas Artes, Museo Salzillo, Iglesia de San Nicolás de Bari, Casa Díaz Cassou, Fábrica de Harinas “La Constancia”, Iglesia de Santa Catalina, Palacio Vinader, Teatro Romea, Ermita de Santiago, Basílica Paleocristiana, La Rueda de la Huerta en la Ñora, Santuario de la Fuensanta, Iglesia Parroquial de San Juan Bautista, Hospicio-Inclusa de Santa Florentina, Azud de la Contraparada, Iglesia de Santo Domingo, Capilla del Rosario y Arco de Santo Domingo, Iglesia de San Juan de Dios, Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de Loreto, Convento Iglesia y Huerto Monacal de las Monjas Agustinas del Corpus Christi, Edificio del Casino, Real Monasterio de Santa Clara, Iglesia de la Merced y Convento de los Padres Franciscanos, Iglesia de San Bartolomé-Santa María, Iglesia de San Lorenzo, Iglesia Parroquial de Santa Eulalia y Capilla de San José, Paseo del Malecón, Yacimiento Arqueológico Cobatillas la Vieja, Torre islámica |
| RICOTE | Castillo de los Peñascales, Palacio de Álvarez Castellanos, Iglesia Parroquial de San Sebastián |
| SAN JAVIER | Ruinas Romanas de los Alcázares, Chalet Barnuevo |
| SAN PEDRO DEL PINATAR | Casa de Reloj, Mansión Servet |
| TOTANA | Iglesia de Santa Eulalia de Mérida, Lomo del Herrero II, Cueva de los Carboneros, Cueva de la Plata, |
| YECLA | Cantos de la Visera III, Abrigos del Mediodía I y II, Petroglifos, Iglesia de San Francisco, Antiguo Hospital e Iglesia aneja, Iglesia Vieja de la Asunción, Ermita de San Roque |

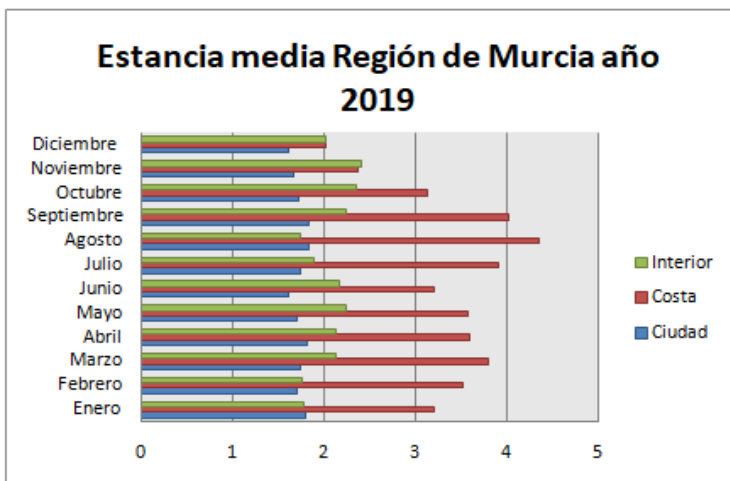
Fuente: elaboración propia a partir de <http://www.patrimur.es/>

ANEXO 2

Datos estadísticos de la Región de Murcia



Fuente: elaboración propia a partir de <http://econet.carm.es/> y <https://www.murciaturistica.es/>



Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.murciaturistica.es/>

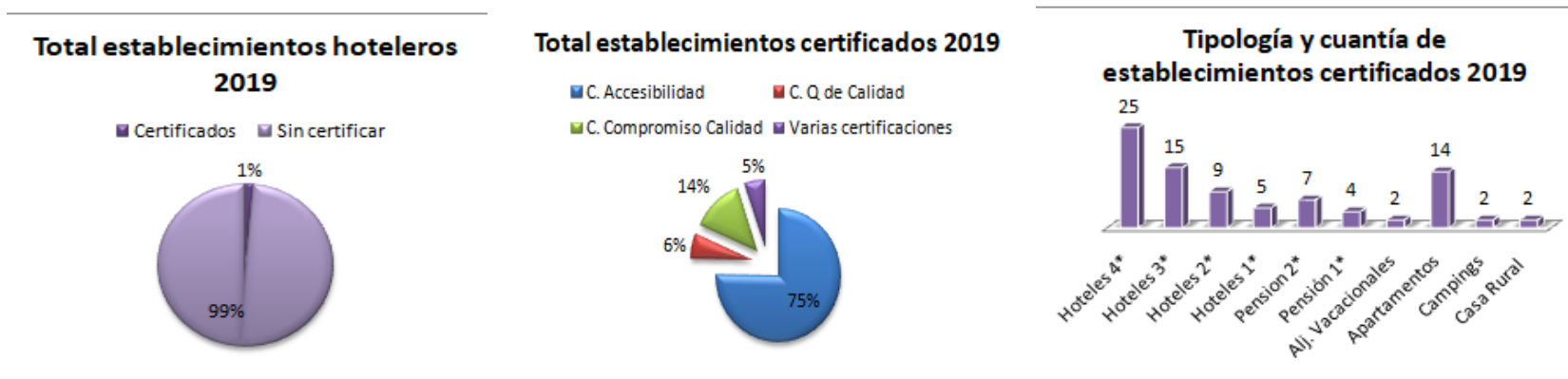
Número de establecimientos hoteleros por tipología y categorías de la Región de Murcia (2019)

| HOTELES | | | | | | PENSIONES | |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|
| 5 y 4 estrellas | 5 estrellas | 4 estrellas | 3 estrellas | 2 estrellas | 1 estrella | 2 estrellas | 1 estrella |
| 45 | 3 | 42 | 45 | 45 | 25 | 37 | 19 |

| APARTAMENTOS TURÍSTICOS | | | CAMPINGS | | | OTROS ALOJAMIENTOS | | |
|-------------------------|---------|---------|----------|---------|---------|--------------------|---------------------|------------------------|
| Primera | Segunda | Tercera | Primera | Segunda | Tercera | Casas Rurales | Hospederías rurales | Alojamiento vacacional |
| 607 | 1285 | 516 | 2 | 16 | 0 | 611 | 22 | 3027 |

| OFERTA TURÍSTICA (2019) | | | OFERTA TURÍSTICA (2013) | | | |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------|------------|----------|----------------|
| Agencias de Viaje | Oficinas Congresos | Empresas turismo activo | Restaurantes | Cafeterías | Café-Bar | Bar con música |
| 277 | 11 | 162 | 2093 | 577 | 616 | 99 |

Fuente: elaboración propia a partir de <http://econet.carm.es/>



Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.itrem.es/>

ANEXO 3

Entrevista a la Oficina de Turismo de la Región de Murcia

Entidad: Oficina de turismo de la Región de Murcia

Buenos días,

Me llamo Virginia García García y me encuentro bajo la realización de un trabajo de investigación sobre la Región de Murcia en colaboración con la Universidad de Valladolid.

Durante los 5 meses que llevo analizando el turismo de la Región de Murcia de manera exhaustiva, he podido comprobar que la oferta de actividades, así como el patrimonio con el que cuenta la comunidad es muy amplio. De igual manera, la promoción en redes y en la propia página web de turismo nos proporciona información acerca de las acciones de diversificación que se hacen en base al turismo. Pasando al campo de la oferta y la demanda, vemos que se adaptan a las necesidades de los turistas y a demás cuentan con una oferta amplia y diversa en alojamiento y restauración. Por otro lado, Murcia unida al turismo smart y las actuaciones que se están llevando a cabo, están teniendo un avance increíble que es necesario destacar. En base a la planificación, he podido observar que la región de Murcia ha tenido planes de turismo desde sus inicios y que en la mayoría de las veces ha obtenido con creces los resultados esperados por las actuaciones llevadas a cabo. Basándome sobre todo en el balance de resultados de su último plan de turismo (2015-2019), me ha ayudado a responder muchas de las dudas que tenía en mente.

Sin embargo, aún me quedan algunas cuestiones pendientes que me gustaría conocer al resultar datos cruciales para este trabajo de investigación.

1. A pesar de todas las acciones que estáis realizando, ¿estáis llevando a cabo alguna acción para conseguir el turismo sostenible en toda la región?

- Como se puede comprobar en nuestros planes de turismo, los resultados del último plan sí que aportan datos certeros de que se están consiguiendo acciones relacionadas con el turismo sostenible. Por ejemplo en el Parque Regional de Sierra Espuña, donde intentamos atraer a turistas de calidad y más responsables con el medio. De igual manera como habrá apreciado en su investigación, estamos intentando cambiar la imagen de destino de sol y playa potenciando la de turismo de naturaleza, por lo que la introducción de productos de turismo activo están a la orden del día, si quieres puedes consultar el boletín de la pasada edición de Fitur donde encontrarás más información interesante sobre este tema.

2. Con el inmenso patrimonio con el que cuenta la región, ¿por qué no encontramos un listado completo de recursos naturales, culturales y folclóricos?

- Sí, es cierto que aunque el territorio cuenta con mucho patrimonio, en la página web oficial de turismo de la región no están muy claros estos temas y puede dar a error. Sin embargo en este enlace (<http://www.regmurcia.com/>) encontrarás un listado con fotografías y nombres de todos los recursos patrimoniales que tenemos en la comunidad distribuidos por municipios.

3. En el paradigma actual del turismo sostenible y según las medidas que estáis poniendo en marcha en la ciudad, ¿se están gestionando la adaptación de los alojamientos al entorno sostenible? ¿Estáis implantando medidas para conseguir certificaciones ecológicas?

- Esta pregunta creo que te la podría responder mejor el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) o la Consejería de Turismo, ya que te darán una información más certera a cerca de estas cuestiones.

4. Como hemos apreciado en la página web oficial de turismo de Murcia, hay una amplia lista de toda la variedad de alojamientos con los que cuenta la región. Sin embargo, ¿por qué no constan en ese listado oficial los tres únicos alojamientos sostenibles que hay? y de igual manera ¿no se podrían promocionar mejor y dar más énfasis desde la Administración Pública?

- En cuanto al listado de alojamientos, lo solemos tener bastante actualizado con la inclusión de casi todos los alojamientos más conocidos. Sin embargo es cierto, que los alojamientos que me comentas, los han introducido hace poco en el listado de todos los alojamientos con los que cuenta la región. Entiendo el énfasis que estáis haciendo en la investigación en cuanto al turismo sostenible pues es de lo que se basa el trabajo, y comparto la afirmación de que tenemos pocos alojamientos sostenibles y se debería de ampliar, pero igual que en el caso anterior, esa pregunta la podría responder mejor el ITREM.

5. Podemos observar una intensa planificación del turismo gastronómico, sin embargo, contando con los productos de la huerta, ¿realizáis turismo gastronómico sostenible? Sí es así, ¿estáis pensando en obtener la certificación de kilómetro 0 para esos restaurantes?

- Según lo que yo puedo saber, por ahora no hay ningún restaurante que tenga la certificación que me comentas de kilómetro 0, es una cuestión un poco específica que no te sabría responder si están realizando acciones o no para su consecución. Por otro lado, no sabría decirte si se puede considerar turismo gastronómico sostenible, pero desde la oficina de turismo sí que promocionamos distintas actividades como fiestas de tapas que se hacen en la región, programas especiales de gastronomía, donde prima la cocina de autor y artesanal.

6. Viendo que existe una planificación y gestión del territorio con las acciones que se promueven, algunas de ellas enfocadas al turismo sostenible pero no de manera directa. ¿Por qué no se ha creado un plan propio de turismo sostenible para desarrollar de manera más amplia estos aspectos?

- Esta última cuestión, no sabría decirte, es cierto que sí se quiere trabajar más la sostenibilidad en la región se debería de tener un plan específico. Te recomiendo que contactes con el Instituto de Turismo de Murcia, pues tus preguntas son interesantes y allí te podrán ayudar mejor.

ANEXO 4

Planificación y gestión de la Región de Murcia

| Promoción de la Región de Murcia en folleto de 2018 | |
|---|---|
| FOLLETO DE SALUD | “Nuestra región reúne las condiciones perfectas para disfrutar de una estancia relajada, escapar del mundanal ruido o recibir un baño de salud gracias a nuestras terapéuticas aguas. En Costa Cálida Región de Murcia encontrarás una amplia oferta de instalaciones y servicios, desde balnearios medicinales dedicados al bienestar personal hasta modernos centros de talasoterapia y spas para disfrutar de exclusivos tratamientos de salud entre los que destacan los lodos del Mar Menor”. |
| REGIÓN DE MURCIA SLOW | “Aceites que aún salen de viejas almazaras. Frutales que han encontrado acomodo en las vegas media y alta del Segura –Abarán, Cieza, Blanca – e incluso en zonas tradicionales de secano, como Mula, Librilla o el valle del Guadalentín gracias a los nuevos canales de riego. Arroz de Calasparra, uno de los tres únicos con Denominación de Origen Protegida. Materias primas para disfrutar de la gastronomía... sin prisas. Una gastronomía que se deleita en la calidad de sus productos. Acequias, brazales, azarbes, norias, partidores, contraparadas y quijeros de época árabe que llevan el bien más escaso de esta tierra -el agua- .Sal y sol de las zonas costeras que bien mezclados producen salazones desde época romana. Vinos de Jumilla, de Yecla o de Bullas” |
| FOLLETO DE BUCEO ESPAÑOL | “Respira hondo. Prepara tus gafas de buceo. Los fondos marinos de la Región de Murcia te van a sorprender. Descubre su variada fauna y su rica flora. Bucea entre pecios que guardan grandes historias. La Costa Cálida cuenta con la mayor concentración de barcos hundidos históricos en el Mediterráneo. En La Manga - Isla Grosa, Cabo de Palos - Islas Hormigas, Cartagena - La Azohía - Cabo Tiñoso, Mazarrón y Águilas encontrarás centros de buceo que ofrecen cursos de diferentes niveles”. |

| | |
|------------------------------------|---|
| <p>FOLLETO GENÉRICO</p> | <p>“¿Eres un loco de la acción y estás deseando practicar kitesurfing, pádel surf, buceo, vela? Tal vez te apasiona la montaña y estás deseando perderte por ahí con tu bicicleta. ¿Te imaginas poder hacerlo recorriendo kilómetros y kilómetros de paisajes llenos de contrastes? O tal vez seas de esas personas que necesitan descargar adrenalina practicando deportes de aventura en la naturaleza más salvaje. Son tantas las cosas que te gustaría vivir... Por suerte, aquí, en la Región de Murcia, podrás disfrutar de todas ellas, sean cuales sean tus preferencias: aventura, deporte, naturaleza, relax en un lugar único en el mundo, en el que el sol brilla todo el año y cada día puede ser exactamente como tú quieres que sea. Una lista interminable de posibilidades a la que hay que añadir, además, un legado arqueológico que podrías conocer en una escapadita a una de las principales ciudades de la región. Golf, balnearios, centros de talasoterapia, spas, variada gastronomía mediterránea de lo más saludable, regada por los vinos de 3 denominaciones de origen propias, festivales musicales referentes internacionales en su categoría, originales fiestas de interés turístico internacional, un comercio con mucho estilo e incluso una ciudad donde obtener el jubileo cada 7 años.</p> |
|------------------------------------|---|

Fuente: elaboración propia a partir de <https://www.murciaturistica.es/>

| <p>ANÁLISIS CUENTAS SECUNDARIAS DE LAS REDES SOCIALES DE LA REGIÓN DE MURCIA</p> | |
|---|--|
| <p>Turismo rural</p> | <p>Solo lo encontramos en Twitter y en Facebook y en ambas dos podemos ver una imagen de dejadez y poca actividad; es una cuenta poco atractiva que no tiene casi interacción y está centrada sobre todo en la zona de Moratalla, olvidándose de todas las zonas rurales que tiene la región y con todo el patrimonio que se podría promocionar y difundir.</p> |
| <p>Oficina de Turismo</p> | <p>Está presente en Twitter e Instagram, y se desarrolla de dos maneras totalmente distintas. Mientras que en la primera se publican varios contenidos al día, en la segunda se realiza uno por día. De igual manera, los contenidos publicados en Instagram son mucho más interesantes que los publicados en Twitter ya que se retuitean demasiadas publicaciones de otras cuentas, por lo que comparte</p> |

| | |
|---|--|
| | más contenidos de los que crea. |
| 1001SaboresRM | Está presente es sus cuentas de mayor actividad; sin embargo, aunque presenta los mismos contenidos en casi todas, tienen más difusión y más interacción los de Facebook que los de Twitter e Instagram. Esta última tiene una imagen poco cuidada, ya que no realiza publicaciones constantes. |
| Murcia Festejos | Solo la encontramos en Twitter y aunque publica bastantes cosas, también retuitea demasiados tweets de otras cuentas, por lo que su contenido queda en un segundo plano; además de contar con que no está aprovechada en cuanto a la información interesante que podría facilitar y contar. |
| Cultura de Murcia | Está presente tanto en Twitter como en Facebook y sus contenidos son totalmente exactos; y al igual que pasaba en el caso anterior hay muy poco contenido propio que pueda generar interacción. |
| Vías Verdes de la Región de Murcia | Una cuenta muy interesante que si se realizara la promoción y difusión de manera correcta generaría mucha interacción y usuarios interesados. Aunque la encontramos presente en las tres cuentas mayoritarias en actividad, en Twitter y en Facebook realizan muy pocas publicaciones y ni si quiera diarias. La interacción es nula con el público y no son perfiles atractivos, pues solo se publican contenidos multimedia relacionados con las obras de reparación que se realizan en estas vías. Por otro lado, en Instagram, es totalmente distinto, aunque es una cuenta que actualmente lleva sin publicar tres semanas (a fecha de 15/04/2020), las fotografías y los contenidos publicados resultan interesantes y en casi todas las publicaciones tienen interacciones de algún seguidor. |

Fuente: elaboración propia

Tabla Resumen de planes de turismo en la Región de Murcia

| PLANES | PRINCIPIOS SOSTENIBILIDAD |
|---|--|
| <p>Plan Director de Turismo de Murcia (2006-2012)</p> | <p>Accesibilidad en playas y en destinos (punto 1.4.), turismo activo accesible para todas las edades (punto 2.2.), vías verdes e itinerarios eco-turísticos (punto 2.3), utilización del suelo de manera sostenible (punto 4.2.), calidad en establecimientos servicios públicos (punto 5.1.), creación y seguimiento de indicadores medioambientales y creación de un Observatorio Investigación Turístico (punto 7.2.), articulación con el sector empresarial y la sociedad (punto 9.2.).</p> |
| <p>Plan Estratégico de la Región de Murcia (PERM 2007-2013)</p> | <p>OE. 3. Sostenibilidad Territorial y Ambiental (Ordenación sostenible del territorio, aprovechamiento de los recursos endógenos, conservación y gestión del medio natural, fomento de la calidad ambiental y eco-eficiencia en el mundo industrial y en el medio urbano, integración del medio ambiente como elementos transversal de actividad).</p> |
| <p>Plan Estratégico Turístico (2015-2019)</p> | <p>Actuaciones medioambientales, turísticas y de infraestructuras en el Mar Menor <u>-infraestructuras-</u>, compromiso ambiental de los espacios turísticos = <u>competitividad-</u>, nexo destino inteligente <u>-innovación-</u>, mejorar la coordinación y colaboración con los agentes turísticos y el sector privado <u>-gobernanza-</u> (punto 2).</p> |
| <p>Estrategia y Plan de Acción (2018)</p> | <p>No línea de sostenibilidad, ni ejes estratégicos propios de ella. Objetivos similares a los del plan anterior.</p> |
| <p>Plan de Desarrollo Turístico del Municipio de Murcia (2017-2020) <u>-actual-</u></p> | <p>Línea 1. Gestión de Murcia Destino Turístico (punto 1.7. Plan de sensibilización del Turismo en Murcia), (punto 1.10. Desarrollo y consolidación del Observatorio Turístico del Municipio de Murcia). Línea 2. Competitividad de Murcia como Destino Turístico (punto 2.4. Plan de Accesibilidad Turística Universal), (punto 2.7. Programa de Formación sectorial), (punto 2.8. Plan de Sostenibilidad turístico ambiental –Murcia Turismo Sostenible).</p> |
| <p>Plan Estratégico de la Región de Murcia 2014-2020 (Plan Iris2020)</p> | <p>Línea 7. Ordenación Territorial y Sostenibilidad Ambiental (Red Natura 2000. Estrategia Regional del paisaje. Puesta en valor del Mar Menor. Residuos como recurso. Apuesta por las trasvases y uso eficiente del agua. Energías renovables. Vehículo eléctrico)</p> |

Fuente: elaboración propia a partir de www.carm.es

| EVALUACIÓN DE LA GOBERNANZA EN LA REGIÓN DE MURCIA A TRAVÉS DE LOS INDICADORES DE GOBERNABILIDAD EUROPEOS | | | DE 1 A 10 |
|--|--|--|------------------|
| Nº1 | Plan estratégico de desarrollo | Existencia líneas de planificación pero poco coordinadas entre ellas. Consenso y coherencia correctos en papel pero en la realidad bajo coordinación sector público-privado escasos. | 2 |
| Nº2 | Confianza actores estratégicos | Punto intermedio en el grado de confianza entre instituciones y su grado de resiliencia, ya que tienen más conciencia las AA.PP | 5 |
| Nº3 | Apoyo ciudadano de procesos | La población local conoce en mayor medida las acciones que se quieren realizar y tienen voto en las mesas de gobernanza (caso presupuestos participativos locales) | 7 |
| Nº4 | Participación constructiva | Apoyo escaso de la ciudadanía en obstáculos por su desconocimiento de información y grado bajo de organizaciones privadas participantes | 6 |
| Nº5 | Transparencia gestión pública | Por un lado, no hay corrupción en base a que los ciudadanos deciden a donde destinar una parte de impuestos. Pero por otro lado, las administraciones parece que no tienen muy claro hacia dónde dirigir la sostenibilidad | 6 |
| Nº6 | Equipo técnicamente capacitado | Buen equipo técnico, bien cualificado y profesionales del sector turístico | 9 |
| Nº7 | Calidad prestación servicios | Buena atención al ciudadano y correcta la calidad de la prestación del servicio | 9 |
| Nº8 | Promoción participación ciudadana | Existencia de algún proyecto de participación ciudadana pero en la actualidad los programas todavía escasos | 6 |

Fuente: elaboración propia a partir de Gobernanza del destino (Velasco, 2007)

AMPLIACIÓN CONSORCIO MARINA DE COPE

| | |
|---------------------------------|---|
| Orígenes | Nació de la idea de ser un proyecto muy ambicioso “para contribuir a la optimización del modelo turístico del litoral de la Región de Murcia en un marco de sostenibilidad y de protección del medio ambiente” (Plan de Ordenación Territorial del Litoral de Murcia, 2004), englobado en los territorios de Lorca y Águilas –también incluido en sus Planes de Ordenación-. Esta Actuación de Interés Regional fue aprobada por el Gobierno en el año 2004 aún siendo contradictoria a la <i>Ley 1/2001 de 24 de abril, del Suelo de la Región de Murcia</i> por la que se regulan todas las Actuaciones de Interés Regional para ordenar el territorio: |
| Definición importante | Aquellas que hayan de beneficiar a la Región en el ámbito de los servicios públicos, la economía, la conservación del medio ambiente y del patrimonio histórico y la mejora de la calidad de vida y en general las encaminadas al logro de los objetivos generales de la ordenación del territorio, y que por su magnitud, importancia o especiales características trascienda el ámbito municipal. (SitMurcia, Actuación de Interés Regional, 2004). |
| Desarrollo y actuaciones | Edificar una macro-urbanización para apartamentos, hoteles de lujo, campos de golf y centros deportivos de uso residencial. Por lo que se utilizó como producto estratégico para atraer a turistas con un poder adquisitivo alto, y aumentar los ingresos del municipio, sin tener en cuenta el paisaje y los efectos negativos por su construcción. |
| Pre-resolución | Desactivado en diciembre de 2012 , los propietarios del terreno protegido volvían a abrir el caso para que se construyera. |
| Resolución final | En 2016 el <i>Tribunal Superior de Justicia de Murcia</i> también anuló los planes de ordenación relativos a Lorca y Águilas debido a la devastación de un medio natural tan importante para la construcción de la macrounbanización de la Marina de Cope. En 2019 la Comunidad Autónoma de Murcia inició las primeras disposiciones para la gestión del territorio de este Parque Regional, el cual se dedicará totalmente al turismo de naturaleza sostenible y además se incluirá la reanudación de declarar a este territorio “Reserva Marina de Interés Pesquero”. |

Fuente: elaboración propia a partir de (Ruiz, 12 de marzo 2019).

ANEXO V

Boceto completo de Plan de Turismo de Naturaleza Sostenible 2021-2024

| PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE 2021-2024 | |
|---|--|
| Línea 1.- Turismo de Naturaleza Sostenible | |
| a) Creación de Centros de conservación y avistamiento de aves | |
| DEFINICIÓN | Protección especies en peligro de extinción |
| LOCALIZACIÓN | Sierras y Campos de Murcia “País del Búho”, Sierra Carrascoy y El Valle, Sierra Espuña, y Valle Altahona y Escalona |
| ACTUACIONES | Turismo ornitológico sostenible (aves rapaces nocturnas) |
| RESPONSABLE | AA.PP, colaboración privada y participación local |
| TIEMPO EJEC. | 6 meses – 1 año |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 50 profesionales formados • <u>Técnicos</u>: infraestructuras y material técnico • <u>Financieros</u>: 50.000€ |
| b) Elaboración de Rutas de ecoturismo marino sostenibles | |
| DEFINICIÓN | Senderos bajo el mar para concienciar sobre el medio natural marino |
| LOCALIZACIÓN | Reserva Marina Cabo Tiñoso y Reserva Marina Cabo de Palos e Islas Hormiga |
| ACTUACIONES | Submarinismo, pesca sostenible y agroturismo marítimo |
| RESPONSABLE | Clubs de turismo marítimo, AA.PP y participación local |
| TIEMPO EJEC. | 1 año – 1 año y medio |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 10 especialistas de buceo y pesca, y 6 autóctonos • <u>Técnicos</u>: equipo náutico e infraestructuras • <u>Financieros</u>: 20.000€ |
| c) Unión del Turismo industrial al de Naturaleza Sostenible | |
| DEFINICIÓN | Rutas senderismo y “montañismo” por patrimonio minero |
| LOCALIZACIÓN | Minas de Mazarrón |
| ACTUACIONES | Geocaching, senderismo, astroturismo e incorporación realidad virtual |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento Mazarrón, Gobierno Murcia y empresas turismo activo |
| TIEMPO EJEC. | 1 año – 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 10 espeleólogos, 2 astrólogos y 2 especialistas R.V. • <u>Técnicos</u>: equipos tecnológicos • <u>Financieros</u>: 25.000€ |
| d) Creación de un Geoparque con turismos complementarios (ecoturismo o turismo industrial) | |
| DEFINICIÓN | Apreciación del territorio geológico y natural en todo su conjunto |
| LOCALIZACIÓN | Parque Regional de Calblanque, Monte de las Cenizas y Peña del Águila |
| ACTUACIONES | Geolocalización, avistamiento aves, rutas arqueológicas, visitas a edificaciones tradicionales, salinas y zona de baterías militares. |
| RESPONSABLE | Ayuntamientos Cartagena y la Unión, y empresas turismo activo |
| TIEMPO EJEC. | 2 años – 3 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 30 personas especializadas y formadas • <u>Técnicos</u>: infraestructuras e indumentaria técnica • <u>Financieros</u>: 60.000€ |
| e) Creación del turismo naranja para combinarlo con el turismo de naturaleza | |
| DEFINICIÓN | Origen turismo naranja y su introducción a los parajes naturales |
| LOCALIZACIÓN | Puerto de Águilas, Caravaca de la Cruz, Jumilla y Campo de Murcia |
| ACTUACIONES | Aprendizaje de oficios tradicionales como la pesca, forja de espadas medievales, aprendizaje técnicas de la viticultura y de la huerta |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento Región de Murcia, población local y empresas colaboradoras |
| TIEMPO EJEC. | 2 años |
| | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 25 personas especializadas y cualificadas |

| | |
|-----------------|---|
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Técnicos</u>: infraestructuras e indumentaria técnica • <u>Financieros</u>: 25.000€ |
|-----------------|---|

| | |
|--|---|
| Línea 2.- La inclusión del Turismo Smart | |
| a) Introducción de visitas teatralizadas holográficas | |
| DEFINICIÓN | Visitas guiadas con actuaciones y cánticos |
| LOCALIZACIÓN | Palacio de Guevara (Lorca) |
| ACTUACIONES | Visitas por el palacio y leyendas nocturnas con hologramas digitales |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento de Lorca y participación local |
| TIEMPO EJEC. | 9 meses - 1 año |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 25 actores cualificados • <u>Técnicos</u>: vestimenta, guiones y decorado • <u>Financieros</u>: 15.000€ |
| b) Realidad virtual en las rutas cicloturísticas | |
| DEFINICIÓN | Apreciación patrimonio histórico-natural de épocas pasadas |
| LOCALIZACIÓN | Castillo de la Asomada (Ciudad de Murcia) |
| ACTUACIONES | Cicloturismo, espeleología, senderismo con realidad virtual |
| RESPONSABLE | Ministerio de Turismo y Ayuntamiento de Murcia y empresas privadas |
| TIEMPO EJEC. | 2 años – 3 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 12 profesionales • <u>Técnicos</u>: equipo y material tecnológico • <u>Financieros</u>: 30.000€ |

| | |
|---|---|
| Línea 3.- Gobernanza: planificación, gestión y certificaciones | |
| a) Alianzas con TT.OO y empresas de turismo activo | |
| DEFINICIÓN | Mejora de la gobernanza con acuerdos para el turismo de naturaleza |
| ENTIDADES | Ports Experience y EcoMind Travel |
| ACTUACIONES | Ecoturismo, turismo de naturaleza y turismo solidario |
| RESPONSABLE | AA.PP, sector privado, asociación ecologista y población local |
| TIEMPO EJEC. | 1 año |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: - • <u>Financieros</u>: 40.000€ |
| b) Creación de un observatorio de turismo de naturaleza | |
| DEFINICIÓN | Profundizar en el conocimiento del perfil y hábitos de consumo |
| ENTIDAD | Club Ecoturismo España (TUREBE) y Fundación Ecoagroturismo (CERES) |
| ACTUACIONES | Implantar observatorio, encuestas y caracterizar demanda |
| RESPONSABLE | Gobierno Murcia, TUREBE, CERES, empresas asociadas y población local |
| TIEMPO EJEC. | 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: infraestructuras y materiales específicos • <u>Financieros</u>: 50.000€ |
| c) Certificación de alojamientos | |
| DEFINICIÓN | Calificar de sostenibles ambientalmente a los alojamientos de la Región |
| ENTIDAD | AENOR y EMAS (hoteles) y Ecotur.es (casas rurales) |
| ACTUACIONES | Certificaciones de alojamientos |
| RESPONSABLE | Gobierno Murcia, empresas alojamiento y entidades certificadoras |
| TIEMPO EJEC. | 1 año – 1 año y medio |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: documentos, permisos y licencias • <u>Financieros</u>: 45.000€ |

| d) CETS para Parque Regional de Calblanque | |
|--|--|
| DEFINICIÓN | Consecución de la CETS para el Parque Regional de Calblanque |
| ENTIDAD | EUROPARC |
| ACTUACIONES | Certificar Espacio Natural Protegido |
| RESPONSABLE | Gobierno Murcia, Parque Regional y entidad certificadora |
| TIEMPO EJEC. | 1 año y medio – 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: permisos y licencias • <u>Financieros</u>: 30.000€ |
| e) Reserva Biosfera para el “País del Búho” | |
| DEFINICIÓN | Consecución título de Reserva Biosfera para este espacio natural |
| ENTIDAD | BIOSPHERE |
| ACTUACIONES | Certificar Espacio Natural Protegido |
| RESPONSABLE | Gobierno de Murcia, Ayuntamiento de Cartagena y entidad certificadora |
| TIEMPO EJEC. | 1 año y medio – 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: permisos y licencias • <u>Financieros</u>: 30.000€ |
| f) Certificación de kilómetro 0 restaurantes región | |
| DEFINICIÓN | Consecución de la certificación relativa a turismo gastronómico sostenible |
| ENTIDAD | España Slow |
| ACTUACIONES | Certificar con KM0 a todos los restaurantes posibles de la región |
| RESPONSABLE | España Slow y Gobierno Región de Murcia |
| TIEMPO EJEC. | 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: permisos y licencias • <u>Financieros</u>: 40.000€ |

| Línea 4.- Equipamientos y accesibilidad | |
|---|---|
| a) Alojamiento ecológico sostenible | |
| DEFINICIÓN | Creación de casas-cueva autosuficientes y de carácter sostenible |
| LOCALIZACIÓN | Mazarrón y La Unión (paraje de las minas) |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento Mazarrón y de La Unión, Gobierno Murcia y población local |
| TIEMPO EJEC. | 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 5 profesionales y 5 personas autóctonas • <u>Técnicos</u>: materiales construcción y nuevas tecnologías • <u>Financieros</u>: 65.000€ |
| b) Campamento ecológico sostenible y accesible | |
| DEFINICIÓN | Creación de campamento de “jaimas” árabes |
| LOCALIZACIÓN | Bolnuevo (paraje de las erosiones) |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento Bolnuevo, Gobierno Murcia, ILUNION, población local |
| TIEMPO EJEC. | 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 5 profesionales y 5 personas autóctonas • <u>Técnicos</u>: materiales construcción y nuevas tecnologías • <u>Financieros</u>: 65.000€ |
| c) Restaurante ecológico tematizado | |
| DEFINICIÓN | Creación de un restaurante tematizado con KM0 |
| LOCALIZACIÓN | Mazarrón (paraje de las minas) |
| RESPONSABLE | Ayuntamiento de Mazarrón, Gobierno de Murcia y población local |
| TIEMPO EJEC. | 1 año y medio – 2 años |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 6 profesionales sector y 4 personas autóctonas • <u>Técnicos</u>: infraestructuras, productos KM0 y nueva tecnología • <u>Financiero</u>: 45.000€ |

| <i>d) Senderos accesibles</i> | |
|-------------------------------|---|
| DEFINICIÓN | Creación de senderos accesibles incluyendo rutas en lengua de signos |
| LOCALIZACIÓN | Zonas rurales de la región |
| RESPONSABLE | AA.PP, ILUNION, sector privado y población local |
| TIEMPO EJEC. | 1 año – 1 año y medio |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 10 profesionales sector y 3 personas autóctonas • <u>Técnicos</u>: tecnología puntera, licencias y permisos • <u>Financieros</u>: 35.000€ |

| Línea 5.- Imagen de destino y promoción en medios digitales | |
|---|--|
| <i>a) Campañas de promoción de turismo de naturaleza sostenible</i> | |
| DEFINICIÓN | Creación de campañas de comunicación para promocionar el turismo de naturaleza sostenible en zonas poco puestas en valor |
| ACTUACIONES | Videos, publicaciones en redes sociales y viajes de familiarización |
| RESPONSABLE | AA.PP, colaboración privada, asociación ecologista y participación local |
| TIEMPO EJEC. | 9 meses desde su creación |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 30 profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: material digital (cámaras, perfiles, guiones...) • <u>Financieros</u>: 100.000€ |
| <i>b) Plan de Marketing Digital de turismo de naturaleza</i> | |
| DEFINICIÓN | Creación de un plan de marketing digital para la promoción de las cuatro posibles imágenes que puede presentar el territorio por temporada |
| ACTUACIONES | Publicaciones periódicas, presentaciones, diagnóstico y evaluación |
| RESPONSABLE | AA.PP, colaboración privada y participación local |
| TIEMPO EJEC. | 1 año desde su creación |
| RECURSOS | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Humanos</u>: 6 profesionales del sector • <u>Técnicos</u>: equipos digitales e información (estadísticas) • <u>Financieros</u>: 35.000€ |