

Opinión y participación

La necesidad de la innovación

Jorge Hermosilla

VICERRECTOR DE PARTICIPACIÓN Y PROYECCIÓN TERRITORIAL. UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

► El turismo es una actividad transformadora de la realidad territorial y socioeconómica, que constituye un factor de dinamización del desarrollo regional y, para una buena parte de ayuntamientos, de su desarrollo local. En el caso valenciano, semejante a otras comunidades de la cuenca mediterránea, asistimos a un modelo singular, en el que conviven dos ofertas diferenciadas, la hotelera y la residencial. Y un modelo territorial turístico, basado en el de sol y playa, el turismo urbano (la ciudad de Valencia) y el turismo de interior. Un modelo condicionado por la estacionalidad y cuya viabilidad ha necesitado de la expansión urbanística, espontánea, y la configuración de municipios con una función residencial predominante, diferente a la turística. Se trata de un sector de gran significación para la Comunitat Valenciana: 25 millones de pernотaciones hoteleras, alrededor del 10% del total de las españolas, lo que equivale a la quinta posición regional por detrás de las comunidades insulares, de Cataluña y de Andalucía. El turismo valenciano representa alrededor del 13% del PIB regional y canaliza alrededor del 5% de las inversiones totales.

El modelo precisa de ciertos cambios para no agotarse y mantener su estatus de referencia en la estructura económica valenciana. Acciones que pasan por la identificación del comportamiento de los consumidores, pues se trata de una manera de consumir experiencias; la preservación de la relación calidad y precio, así como el fomento de la confianza del turista; la mejora de la competitividad y de la calidad del servicio; el impulso continuo de la innovación integral, que trate la organización de los recursos humanos, los canales de comercialización del producto turístico o el respeto del entorno natural y la sostenibilidad; el diseño de planes estratégicos participados, eficientes y asumidos por los diversos agentes políticos, económicos y sociales; y por el reconocimiento del papel fundamental de las administraciones locales.

Hacia la calidad y la sostenibilidad

Aurora Pedro Bueno

DEPARTAMENT DE ECONOMIA APLICADA. UV

► El modelo turístico valenciano comparte muchas de las características del de la costa mediterránea peninsular. La actividad se ha desarrollado de manera muy desigual entre el interior y el litoral. Y a pesar del impulso del turismo rural en las últimas décadas, continúa existiendo un fuerte desequilibrio entre estos dos espacios. La presión sobre un litoral ya de por sí muy urbanizado puede constituir en el futuro un elemento de fuerte debilidad estructural especialmente si tenemos en cuenta los posibles efectos del cambio climático sobre espacios costeros.

Por otro lado, es destacable el predominio

EL TURISMO, ¿UN MODELO TERRITORIAL AGOTADO?

Debates preelectorales · 4 ► En el Centro Internacional de la Universitat de València en Gandía, con la colaboración de Levante-EMV, se debatió el modelo territorial del turismo valenciano. El modelo «sol y playa», complementando con los de turismo urbano y de interior, precisa de mejoras para garantizar un recorrido sostenible en el tiempo.



De izquierda a derecha, Oto Luque, María Dolores Pitarch, Jorge Hermosilla, María José Vañó y Aurora Pedro.

de la segunda residencia en los municipios turísticos, que condiciona el mercado turístico. Los impactos (económicos, sociales y medioambientales) de una baja proporción de alojamientos reglados y la fuerte presión constructora pueden desencadenar círculos viciosos donde la rentabilidad se obtiene a través de la cantidad, es decir del incremento constante en el número de turistas. En un proceso como el descrito, la calidad se convierte en un elemento diferenciador clave, especialmente para rentabilizar los recursos comprometidos. La Comunitat Valenciana debe hacer una apuesta por la sostenibilidad. El acuerdo entre los agentes sobre los principios de un desarrollo sostenible debe ser un elemento diferenciador del resto de destinos peninsulares.

Innovación y calidad en la experiencia

María Dolores Pitarch

DEPARTAMENT DE GEOGRAFIA. UV

► El sector turístico valenciano tiene ante sí el difícil desafío de adaptar su modelo de desarrollo, tras haber sorteado importantes problemas como la quiebra del modelo inmobiliario y la restricción del acceso a la financiación. Los destinos de sol y playa se enfrentan a retos como la revitalización de la temporada baja, la creación y potenciación de nuevas atracciones, la mejora del paisaje y la calidad del medio ambiente, el diseño de productos complementarios, etcétera. La Administración tiene también un papel central que desempeñar: es necesaria una política turística coordinada entre las diferentes administraciones, con un rol protagonista de la Administración local, así como una mayor colaboración con el sector empresarial turístico.

El parón de la construcción debe considerarse como una oportunidad para repensar

el modelo turístico territorial asociado a la oferta de sol y playa, transformándolo hacia un modelo que defienda mejor los valores ligados a la sostenibilidad. Para ello, la gestión urbanística es la herramienta básica para ordenar la calidad del entorno, que, en colaboración con otras políticas, es responsable de crear un territorio turístico sostenible, que contribuya a la generación de una experiencia turística que fidelice al cliente y que de lugar a sinergias que favorezcan el mantenimiento de la actividad.

En definitiva, el turismo litoral valenciano tiene unas buenas expectativas y sigue siendo muy dinámico y, aunque presenta algunos problemas (aumenta el número de turistas pero se reduce el gasto per cápita), goza de buena salud y de una enorme capacidad de regeneración y de transformación. La Comunitat Valenciana cuenta con algunos de los destinos más importantes de sol y playa de España y siguen creciendo en cuanto a llegada de turistas y a posicionamiento en el mercado.

Planificació i sostenibilitat social

Oto Luque i Agües

DEPARTAMENT DE PSICOLOGIA SOCIAL. UV

► Davant la multidimensionalitat del fenomen turístic, habitualment les anàlisis i les propostes de planificació se centren en aspectes i dimensions econòmiques i territorials, les quals són rellevants, però que cal complementar amb altres dimensions, per garantir la seua sostenibilitat. Així mateix, constatem com el turisme ha patit importants deficiències en la planificació.

Nosaltres proposem un apropament complementari, de cara a la necessària i sostenible planificació del turisme. Per això, ens centrarem en dues dimensions psicosocials

(la identitat professional i aspectes relacionats amb la cultura). El turisme implica d'una banda, un important element d'activitat professional (component identitari) i estil de vida per a un creixent percentatge de població. I cal destacar com no sempre això implica condicions de treball de qualitat i estabilitat en una ocupació digna, la qual cosa resulta incompatible amb un model de turisme socialment sostenible.

D'altra banda, representa un fort impacte socio-cultural, sobre de pensar, hàbits i relacions socials... La possibilitat de fer vacances i viatjar ha esdevingut, malgrat la crisi, un evident indicador de qualitat de vida i benestar social. En síntesi, considerem que cal una concepció integral i multidimensional del turisme i una planificació estratègica coordinada i participativa, considerant els efectes i components psicosocials.

Turismo de interior desde la economía social

María José Vañó

DEPARTAMENT DE DRET MERCANTIL. IUDESCOP. UV

► Siempre hemos defendido la interrelación entre los conceptos «desarrollo local» y «economía social», en particular del cooperativismo, así como las ventajas colaborativas que ofrecen las diferentes figuras de la economía social para desarrollar vínculos horizontales o verticales en todos los ámbitos económicos, pero en particular en el turístico. Nuestro punto de partida es el concepto de cooperativismo, que se debe entender como movimiento cuya finalidad es dar servicio a sus miembros y al entorno, dando mayor relevancia a las personas y su trabajo sobre al capital. El origen del mismo se sitúa en áreas geográficas locales, lo que permite fomentar el desarrollo local entendido como proceso de crecimiento, de cambio estructural, de mejora del nivel de vida de sus habitantes, transformando su competitividad y productividad de manera sostenible, equilibrada y progresiva.

El sector turístico de interior, que tradicionalmente se desarrolla a través de microempresas, no es consciente de la necesidad de desarrollar estrategias colaborativas que les permitan obtener una mejor visibilidad de las actividades desarrolladas por ellos. El fomento del uso de redes, con el fin de evitar suspicacias entre los propios agentes, debería fomentarse desde los poderes públicos, bien ayuntamientos, bien mancomunidades... La colaboración público privada en este punto es esencial, y resulta igualmente esencial que exista un organismo independiente que contribuya a este logro. También a ello podrán contribuir las tecnologías de la información y comunicación que permiten que la cooperación alcance su máxima expresión. De hecho, el sector del turismo de interior o rural tiene una gran implantación tecnológica, lo que ha provocado un amplio giro en dicha actividad. Los productos más clásicos y los contratos turísticos modifican sus condiciones, se amplía la oferta en servicios complementarios, se desarrolla un turismo activo... Pero se incorporan nuevos pillos, que pueden poner en riesgo el patrimonio cultural, natural o arquitectónico.