

EL ALTO VINALOPÓ (ALICANTE). UNA ESTRATEGIA GLOBAL DE DESARROLLO TURÍSTICO INTERIOR

Antonio Martínez Puche
Departamento de Geografía Humana
Universidad de Alicante

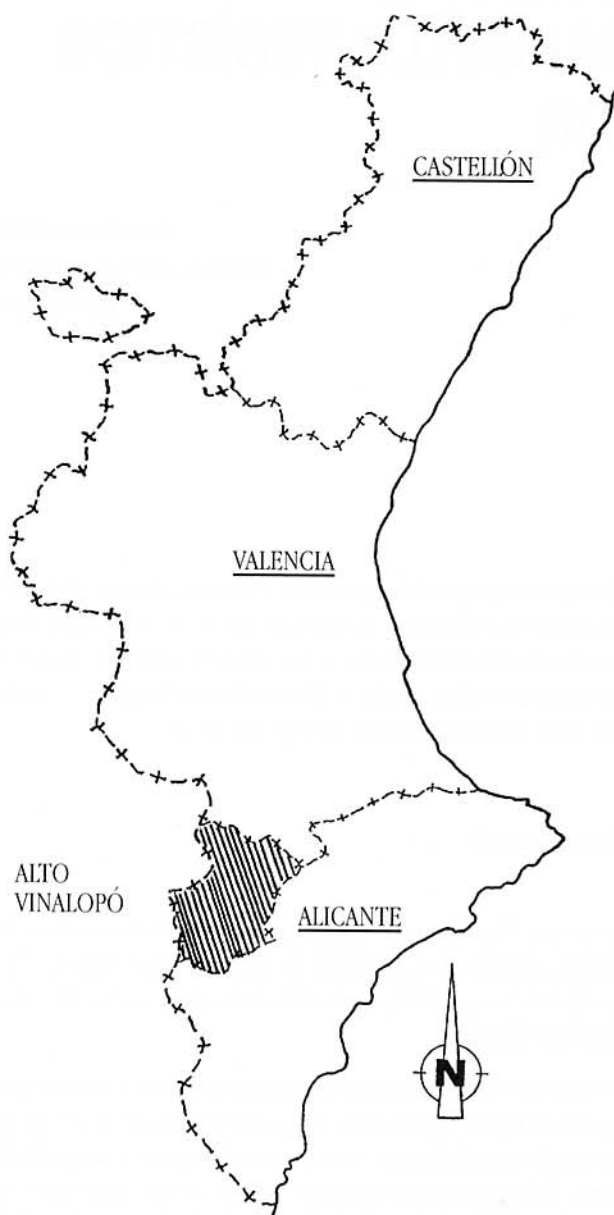
El objetivo de esta comunicación es presentar el caso de una comarca interior de la provincia de Alicante, sus recursos endógenos y potencialidades, su situación actual, sus debilidades y las estrategias futuras a seguir, definiendo los mecanismos para que el aprovechamiento turístico potencie las economías locales, desde un planteamiento integral y consensuado por los diferentes agentes sociales y económicos del ámbito comarcal.

1. Presentación comarcal

La Comarca del Alto Vinalopó está situada en la zona meridional de la Comunidad Valenciana, en el límite noroccidental de la provincia de Alicante, y en contacto con las provincias de Valencia, Albacete y Murcia, lo que enriquece su idiosincrasia, su pluralidad cultural y patrimonial, y su variedad paisajística (Figura 1).

Se extiende sobre 695 km² en un área de transición entre los relieves prebéticos y subbéticos alicantinos, vertebrada por la gran fosa estructural triásica del río Vinalopó, que desde Bañeres pasa por el resto de las poblaciones comarcales (Benejama, Campo de Mirra, Cañada, Biar, Villena, Sax y Salinas). El Eje natural del Vinalopó ha sido, desde época ibérica y romana hasta la actualidad, la guía para el trazado de las principales vías de comunicación, sobre todo para las de enlace regional y nacional.

FIGURA 1. MAPA DE COMERCIALIZACIÓN COMARCAL



La riqueza de recursos endógenos de la comarca (acuíferos, amplios y singulares espacios rurales, variada flora y fauna, parajes naturales, riqueza histórico-artística), hacen del Alto Vinalopó un espacio con excelentes posibilidades para el desarrollo de actividades de ocio, necesitadas de planificación y gestión eficaz de los productos turísticos existentes.

Al amparo de las *Ayudas Comunitarias* para el desarrollo rural, y de la concesión a la comarca del *Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales* (también llamado *Plan Operativo*) por parte de la Conselleria de Agricultura y del IRYDA, con vigencia en los próximos cinco años (1994-1999), la comarca del Alto Vinalopó se plantea en la actualidad el desarrollo de sus potencialidades turísticas-naturales, rurales y urbanas como un complemento e incentivo para la dinamización de su economía; por ello se debe establecer una estrategia global de desarrollo, supramunicipal que revalorice los recursos turísticos con proyección futura en la oferta complementaria de la Comunidad Valenciana.

2. Diagnóstico socioeconómico

La Comarca del Alto Vinalopó se sitúa a una altitud media de 700 m entre los 500 m de cota más baja y alrededor de los 1.200 m en las más altas, con relieves que compartimentan distintos valles corredores (Figura 2).

En el decenio 1981-1991 la comarca ha registrado unas precipitaciones anuales medias de 352 mm y unas temperaturas medias de las máximas de 22° C y de 8° C las medias de las mínimas; se trata por tanto de una zona con clima Mediterráneo desnaturalizado, caracterizado por escasas precipitaciones y con temperaturas extremas¹.

La evolución demográfica de la comarca del Alto Vinalopó refleja para el período 1960-1991 un crecimiento inferior (41%) tanto al del conjunto de la provincia de Alicante (80%) como al total de la Comunidad Valenciana (54%), pasando de 39.289 habitantes a 54.131. Los núcleos más poblados son Villena (31.141 hab.), Bañeres (6.919 hab.) y Sax (8.257 hab.), mientras tienen censos regresivos las poblaciones agrícolas de Benejama (1.866 hab.) y Campo de Mirra (381 hab.).

En 1991 el 65% de la población activa (sobre un total de 19.442) del Alto Vinalopó se dedica al sector industrial, en el que destacan las industrias textiles, jugueteras, madereras y zapateras. La Comarca forma parte de dos ejes industriales importantes, uno establecido por las poblaciones textiles (Onteniente-Alcoy) y otro por las poblaciones zapateras (Elda-Elche). Su situación económica actual es ciertamente preocupante, y en ello incide la misma composición estructural de los sectores industriales formados por un conglomerado de pequeñas y muy pequeñas empresas.

¹ Datos obtenidos del Observatorio de la "Casa de la Vereda", Villena.

CUADRO 1. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE HECHO. ALTO VINALOPÓ (1970-1991)

MUNICIPIOS	1970	1981	1986	1991
BAÑERES	5.873	6.684	6.915	6.919
BENEJAMA	2.078	1.895	1.870	1.866
BIAR	2.976	3.151	3.185	3.395
CAMPO DE MIRRA	505	390	382	381
CAÑADA	1.121	1.084	1.071	1.084
SALINAS	918	1.000	1.056	1.088
SAX	5.655	7.307	7.866	8.257
VILLENA	25.473	28.279	30.277	31.141
ALTO VINALOPÓ	44.599	49.790	52.749	54.131
PROV. ALICANTE	920.105	1.148.597	1.217.279	1.334.545
C. VALENCIANA	2.498.905	3.078.095	3.397.314	3.646.788

FUENTE: INE, Censos y padrón (1986) de la población de España.

Problemas de índole estructural (altos costes de mano de obra, altos tipos impositivos en materia fiscal y seguridad social, la falta de capitalización, el aumento de la morosidad, la dificultad de abrir nuevos mercados, falta de especialización y formación de la mano de obra, etc.), junto al aumento del paro (calzado 47%, textil 6%, juguetes 6,5%, madera 4%), han dado lugar a un tejido industrial comarcal caracterizado por el clandestinaje y el trabajo a domicilio².

La producción agraria se basa en cultivos de secano con una superficie cultivada de 31.000 ha. que supone un 80% del total de la superficie labrada comarcal, destacan el viñedo, olivo, almendro y cereal. El regadío supone la quinta parte de la superficie total cultivada con unas 5.500 ha., destacando los frutales como el manzano y el cerezo, y cultivos hortícolas³.

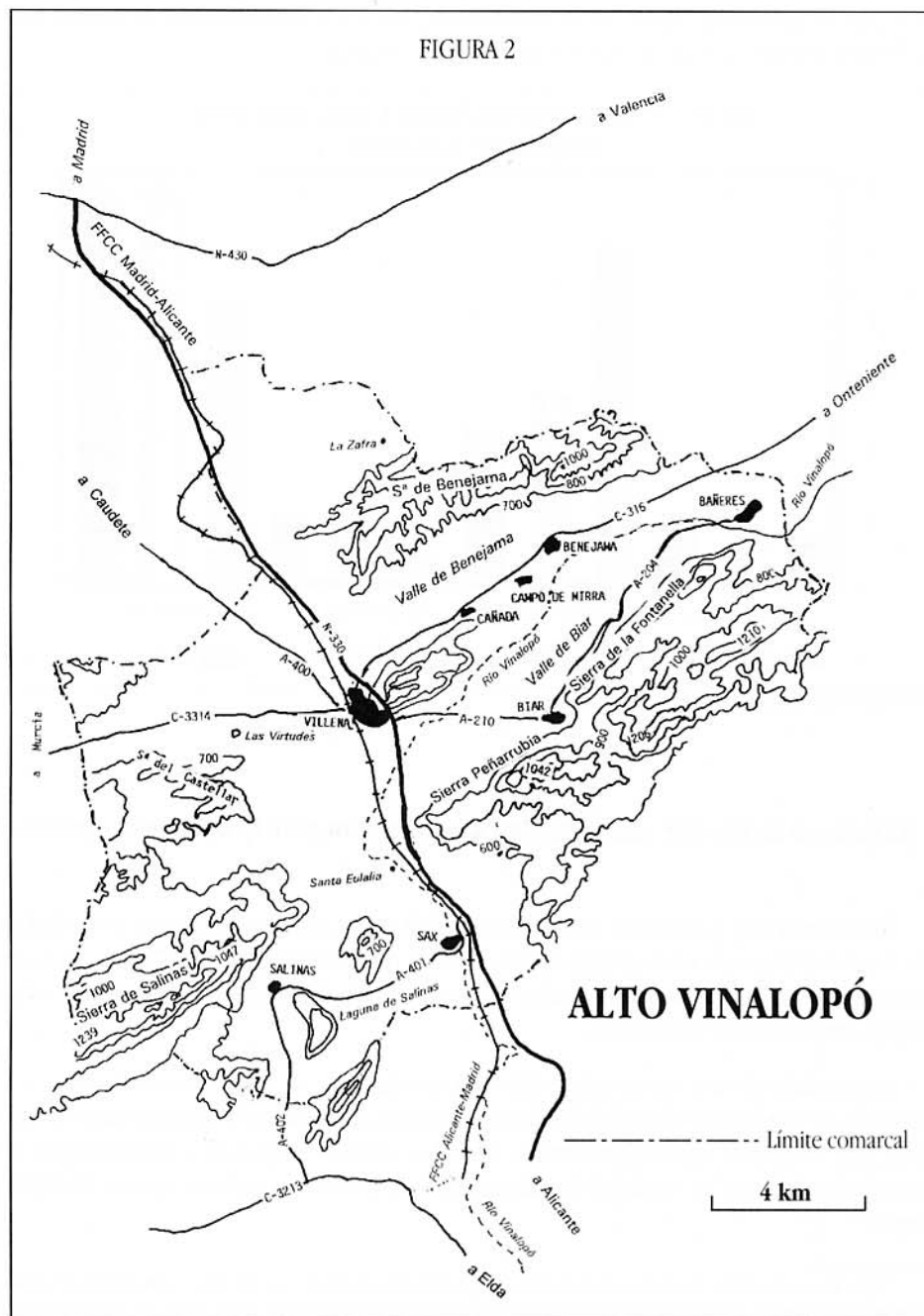
Las pequeñas explotaciones (más del 75% son inferiores a 5 ha.) junto a la diversa morfología parcelaria, dificultan una mecanización que es insuficiente. A ello se unen dificultades de comercialización que, junto a la caída de los precios agrícolas, han provocado el arranque de un número importante de ha. (manzano 80 ha. y viñedo monastrel 950 ha.)⁴, que ha originado en muchas zonas el abandono de propiedades. Esto se ha agravado por el envejecimiento de la población activa agraria, debido al éxodo de los jóvenes hacia otros sectores económicos, lo que ha dado lugar al despoblamiento de diversos espacios rurales comarcales, aunque el antiguo poblamiento en la actualidad se destina a uso residencial y de ocio (las Virtudes, La Zafra, El Salse...).

² Instituto de Economía Pública, Creación & Co, *Plan Integral de Desarrollo del Alto Vinalopó*, Valencia 1993.

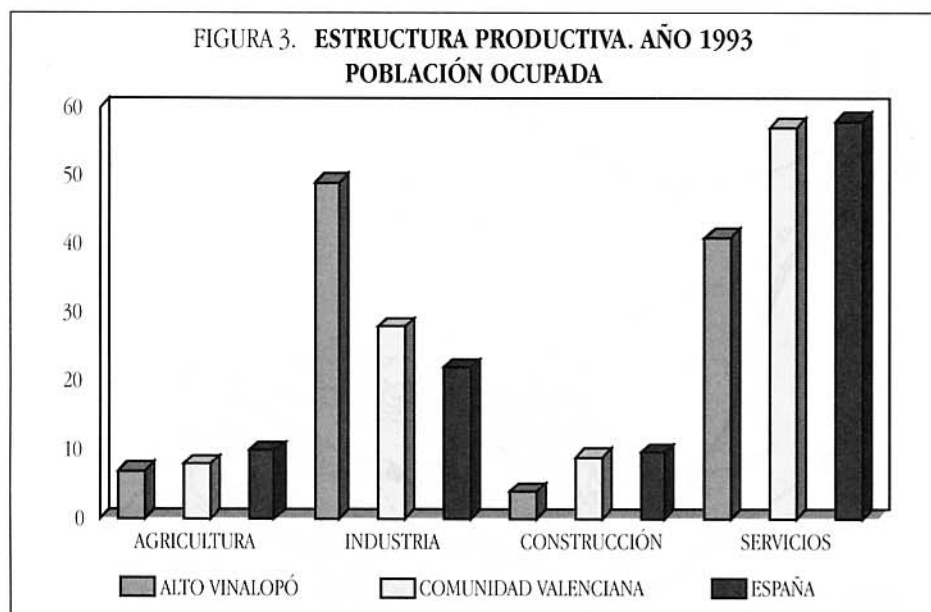
³ Villena es la población con más peso específico de la comarca, en superficie cultivada con 34.421 ha. que suponen el 49,7% de la superficie total cultivada. También destaca como centro industrial sobre todo en calzado de niño.

⁴ Estadística de la Oficina Comarcal Agraria, 1994.

FIGURA 2



La sobreexplotación de los acuíferos comarcales, la carestía del agua para riego (excesivo canon para el agricultor), el proceso de abandono de tierras y la deforestación progresiva, inciden negativamente en el desarrollo del mundo rural comarcal.



3. El turismo de interior, una actividad dinamizadora para la economía comarcal

Es evidente que el territorio alicantino tiene en la explotación del turismo de sol y playa un pilar fundamental para la economía provincial. Por otra parte las instituciones públicas y los promotores privados dieron la espalda durante muchos años a las áreas de interior, a pesar de tener una gran carga cultural y patrimonial.

La aparición de una nueva cultura del Ocio, la mejora de las comunicaciones viarias y la necesidad de diversificar el modelo turístico tradicional, ha llevado a considerar una fórmula mixta, que integre el enorme patrimonio histórico artístico y tipológico tradicional de las zonas de interior con los modelos turísticos costeros, en un esquema de aprovechamiento integral⁵.

⁵ VERA REBOLLO, F. (1991): "La oferta complementaria en el turismo de sol y playa: Una respuesta al agotamiento del modelo masivo en la Costa Blanca", (in) *Ordenación y desarrollo del Turismo en España y en Francia*, Casa de Velázquez. Secretaría General de Turismo (MOPT), Sevilla.

3.1. Potencialidades comarcales para el desarrollo turístico

El protagonismo histórico y cultural de las poblaciones de la comarca se hace patente en la localización de numerosos yacimientos arqueológicos, concentrados su gran mayoría en el término municipal de Villena. Testimonio del paso de diversas culturas son los museos arqueológicos que albergan piezas de gran valor como el conocido Tesoro de Villena, uno de los hallazgos áureos más sensacionales de la Edad del Bronce Peninsular.

Numerosas Iglesias, Casonas y Estancias palaciegas se distribuyen a lo largo del espacio comarcal, representando estilos arquitectónicos varios (gótico valenciano, renacimiento, plateresco levantino, barroco, neoclásico, modernista...). A ello se le unen fastuosos castillos, datados en su mayoría desde el siglo XII (época Almohade) hasta el s. XV, y que testimonian la antigua frontera entre los reinos de Castilla y Aragón, que fueron testimonio de efemérides como la firma del Tratado de Almizra (1244) y la toma de Biar por el rey aragonés Jaime I (1245).

Los recursos gastronómicos, folklóricos y ecológicos con numerosos parajes naturales y montañas (S.^a Salinas, S.^a de Bnejama, Fontalbes...), hacen de la comarca un espacio ideal para el disfrute de actividades como acampadas, senderismo y paseos a caballo. Ello se complementa con el desarrollo de prácticas deportivas como el *mountain bike* (aprovechando veredas, caminos rurales y pistas forestales), la escalada (con numerosas zonas adecuadas para su práctica que atraen a gentes de procedencia geográfica dispar como madrileños, navarros, murcianos, andaluces, valencianos...) y los deportes aéreos sobre todo ala delta, parapente y ultraligero, que encuentran en el Alto Vinalopó los condicionantes necesarios para su disfrute, con clara diferencia en relación a otros espacios de la Comunidad Valenciana⁶ (Figuras 4 y 5).

El espacio comarcal goza de muy buenas comunicaciones, pues los mejores ejes viarios facilitan su accesibilidad desde la costa y desde el interior. Así la N-330, convertida actualmente en autovía entre Madrid y Alicante, que a su vez conecta con la autopista A-7, eje viario que vertebra todo el litoral mediterráneo en conexión con la red europea de autopistas.

Además están actualmente en ejecución (II Plan de Carreteras) la realización de otras dos autovías, que vertebrarán el espacio interior de la provincia de Alicante, comunicándola con Valencia. Una de ellas parte desde las cercanías de Fuente la Higuera hacia Valencia, y la otra conectará en las inmediaciones de Villena (Colonia de Santa Eulalia) hasta Ibi, para prolongarse hasta Alcoy y llegar a Valencia.

Las comunicaciones por ferrocarril son asimismo buenas, con circulación de 7 talgos diarios (en cada dirección) entre Madrid y Alicante, de los cuales varios continúan a Galicia, Asturias, Santander y País Vasco; la Relación con Barcelona está servida con 5 *intercitys*, a los que se suman otros trenes regionales que conectan con Alicante, Murcia y Valencia. El Aeropuerto de l'Altet (Alicante) se encuentra a menos de 45' y a poco más de 90' el de Valencia (Figura 6).

⁶ En el libro de Hubert Dupetit, *Visitar el Cielo* (traducción Mario Arques), editorial Perils, 1990, se hace referencia a la zona de Villena como una de las mejores de la Comunidad Valenciana, que reúne los condicionantes necesarios para la práctica de los deportes aéreos.

FIGURA 4. RECURSOS TURÍSTICOS ALTO VINALOPO I

	TIPO DE RECURSOS	ORIENTACIÓN TURÍSTICA	INFRAESTRUCTURAS	ACTUACIONES NECESARIAS
RECURSOS NATURALES	<ul style="list-style-type: none"> • S.^a de Salinas. • S.^a de Benejama. • S.^a Fontanella. • Font de la Coveta. • Laguna de Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Acampadas. • <i>Mountain Bike</i>. • Escalada. • Espeleología. • Rutas Ecuestres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aula de la naturaleza. • Albergues. • Antiguos molinos papeleros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la promoción de actividades. • Señalización de itinerarios. • Acciones coordinadas para preservar el recurso.
RECURSOS RURALES	<ul style="list-style-type: none"> • Valle de los Alhórnos. • Huerta de Villena. • Hondo de Carboneiras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rutas ecuestres. • Cicloturismo. • Granjas-Escuelas. • Centros de interpretación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales. • Aljibes moriscos. • Norias. • Hornos de caol. • Pedanías rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de recursos etnográficos. • Rehabilitación casas rurales. • Señalización itinerarios.
RECURSOS PATRIMONIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia de Santiago (siglo xv). • Santuario de las Virtudes (siglo xvi). • Castillo de la Atalaya (siglo xii). • Cabezo Redondo (1.500 a.C.). • Cascos históricos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas culturales. • Visitas colegios. • Visitas de la Tercera Edad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Iglesias góticas. • Portadas renacentistas y barrocas. • Castillos musulmanes (siglos xii-xiv). • Yacimientos arqueológicos. • Museos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación entre los diferentes entes gestores. • Planificación del recurso. • Recorridos temáticos. • Organizar recorridos urbanos.

FIGURA 5. RECURSOS TURÍSTICOS ALTO VINALOPO II

	TIPO DE RECURSOS	ORIENTACIÓN TURÍSTICA	POTENCIALIDADES	ACTUACIONES NECESARIAS
RECURSOS DEPORTIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ala delta. • Parapente. • Ultraligero. • Escalada. • Espeleología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentos de edad (20-40 años). 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona apreciada por sus buenos condicionantes térmicos y orográficos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor promoción de las actividades en zonas del litoral.
RECURSOS ARTESANALES	<ul style="list-style-type: none"> • Vidrio soplado. • Cerámica. • Muebles de madera. • Confección trajes festivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exhibiciones. • Exposiciones. • Posibilidad de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los recursos por parte de los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor promoción exterior (denominación de origen). • Diversificación industrial.
RECURSOS GASTRONÓMICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Vinos «monastrell» y «foundillón». • Variados menús: Gachamigas, «triguico», gazpachos, «fasegures». 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitantes de paso. • Amantes de la buena mesa geográficamente dispares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de buenos restaurantes reconocidos. • Variada gastronomía (local, vasca, catalana, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejor señalización. • Mayor promoción. • Coordinación entre los responsables turísticos y hoteleros.
FIESTAS POPULARES	<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas de Moros y Cristianos. • Fiestas patronales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitantes estivales de la costa. • Visitantes de poblaciones cercanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Catalogadas de interés histórico nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar su promoción y negociar con los operadores turísticos y con hoteles costeros.

FIGURA 6

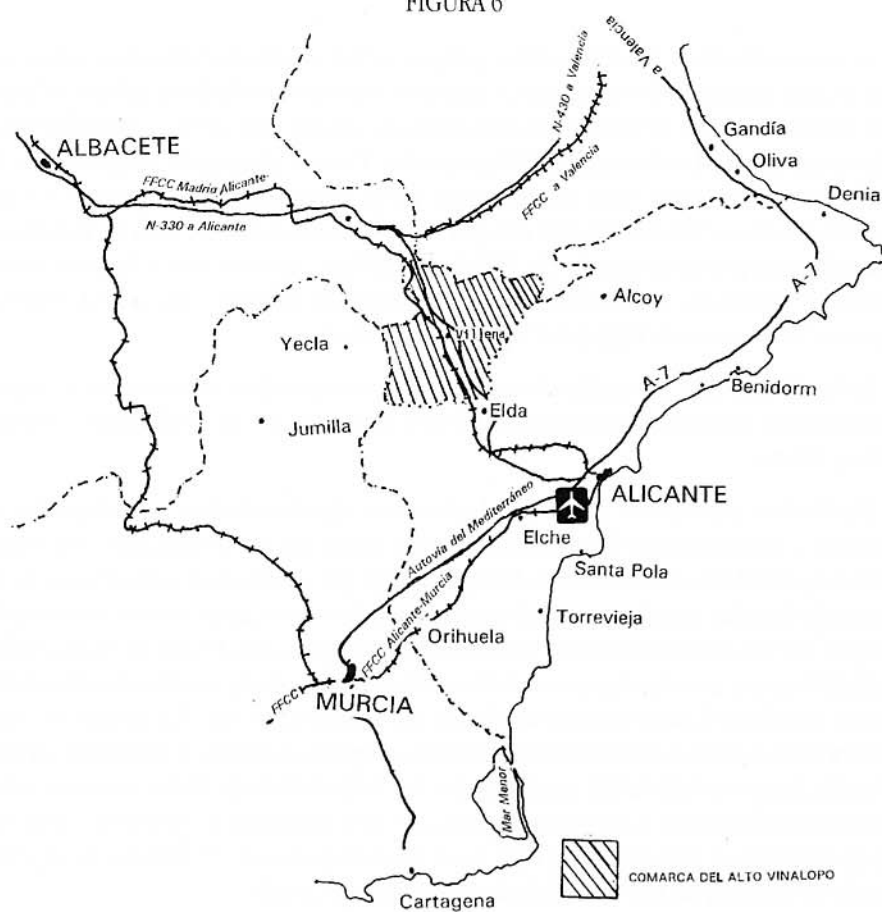


TABLA DE ISOCRONAS DE VILLENA A MADRID, BARCELONA Y VALENCIA Y OTRAS CIUDADES DE LAS PROVINCIAS DE ALICANTE, ALBACETE Y MURCIA

DESTINO	ISOCRONAS	DESTINO	ISOCRONAS
Alicante	0 h 45'	Elche	0 h 45'
Valencia	1 h 30'	Alcoy	0 h 45'
Madrid	3 h	Elida	0 h 15'
Barcelona	5h	Benidorm	1h 15'
Albacete	1h	Yecla	0h 15'
Murcia	1h 30'	Caudete	0h 10'

20 km

3.2. *Acciones para el desarrollo turístico local*

La concienciación de los responsables políticos locales en materia turística va en parco aumento, pues la mayoría de los municipios comarcales no tienen concejalía de turismo ni ningún tipo de infraestructura de servicio ni personal cualificado, aunque para tal fin, se camuflan nimios presupuestos en partidas destinadas a Cultura (en Sax, Cañada y Benejama) o Agricultura, Comercio y Turismo (Bañeres); otros municipios no tienen presupuesto alguno para tal fin (Campo de Mirra y Salinas). Villena es la gran excepción ya que cuenta con Concejalía de Turismo con una partida anual presupuestaria desde 1992 de 500.000 pts., que este año se ha visto aumentada en un 1.500.000 pts. por las colaboraciones de entidades públicas como el ITVA (Instituto de Turismo Valenciano) y la Diputación Provincial de Alicante.

En los últimos años ha crecido el interés de algunos municipios comarcales por emprender acciones para aumentar el atractivo turístico local. Este es el caso de poblaciones como Biar, Bañeres y Villena.

Biar ha visto como en los últimos cinco años casas abandonadas han sido adquiridas por particulares y cuidadosamente restauradas y acondicionadas por sus propietarios conservando la estética medieval del núcleo histórico. Ejemplo a seguir por el resto de la población que ha ido recuperando fachadas neoclásicas y modernistas, con balcones decimonónicos y cerámica dieciochescas, que han aumentado el atractivo turístico de esta población. El caso del núcleo de Biar es destacable ya que en su evolución urbana ha realizado una perfecta zonificación, diferenciándose en la actualidad el casco histórico medieval y el ensanche del s. XIX. Biar ya tiene un entorno con tradición turística y de residencia secundarias, apoyadas en Sierras de gran interés natural (Fontanella, Reconco, Peñarrubia), que ha motivado a la Conselleria de Medio Ambiente a realizar un Aula de la naturaleza y áreas de acampada, que en la actualidad se completan con la existencia de un albergue (construido en 1983 y con un presupuesto de 70 millones de pesetas), explotado en la actualidad por la Conselleria de Educación y Ciencia.

Otra población con importantes recursos es Bañeres de Mariola que ha restaurado muy recientemente la "Font Bona", torre del s. XV que albergará el museo arqueológico, obra sufragada por la Conselleria de Cultura (8 millones de pesetas) y el Ayuntamiento de la ciudad (15 millones de pesetas). Además se han rehabilitado antiguos molinos papeleros (datados de finales del s. XIX y principios del s. XX), que se ubican a lo largo del cauce del Vinalopó, algunos de ellos de singular belleza ("Molí la Porta", "Molí Umbria", etc...).

Villena, cabecera comarcal y ciudad de mayor entidad demográfica, cultural, y comercial, se ha preocupado por su desarrollo turístico con diversas acciones puntuales como la campaña de promoción de "VILLENIA INTERESA" (1992), mediante la difusión de las potencialidades que ofrecía la Ciudad desde el punto de vista económico, destacando su riqueza histórico-patrimonial. Para ello se editaron 10.000 trípticos, se acudió a FIRAMAR (Feria Internacional del Mar, (con participación de siete municipios más de interior), gestionó numerosas visitas de colegios

de la Comunidad Valenciana (31) y se logró la utilización por parte de la oficina de correos de Villena de un matasellos con el slogan "Descubra Villena, Interesa"⁷.

Otra acción llevada a cabo en coordinación con el ITVA y el Patronato Provincial de Turismo es "VILLENAL UN TESORO" (1993-1995), para la cual se han editado 10.000 trípticos y 10.000 posters promocionales, entregados en las diferentes oficinas nacionales de turismo y que se completa con la renovación de las postales existentes y con la edición de una guía turística del municipio.

Villena cuenta con un Gabinete de Desarrollo Económico con el que se concertan las visitas, para las que organiza jornadas de un día a través de actividades; también realiza un control estadístico que refleja como las visitas se han incrementando modestamente desde 1991 (14.429 visitantes) hasta 1994 (16.100 visitantes) en unas 1.671 personas. Según este control entre los visitantes destacan escolares y estudiantes de BUP y FP (75%), jubilados y amas de casa (15%) y visitas turísticas propiamente dichas (10%). Entre las actividades realizadas por gran parte de los visitantes se enumeran las visitas a lugares de interés cultural y artístico como el Museo Arqueológico, el Castillo de la Atalaya, y diversas colecciones privadas como el museo del botijo, el museo escultórico Navarro Santafe y el museo Etnográfico. Alrededor de un 15% de las visitas comen en los restaurantes locales, el resto lo hace de picnic en parajes locales de singular atractivo como el Santuario de las Virtudes (principalmente jubilados y escolares).

Estas acciones se complementan con la edición de folletos y trípticos informativos, con subvencionados por organismos públicos (Diputación o Patronato de Turismo Costa Blanca), como en el caso de Bañeres, Biar y Villena, o editados directamente por el Ayuntamiento como en el caso de Sax. Por otra parte la política turística cultural queda relegada a la conmemoración de efemérides (Tratado de Almazra; Toma de Biar). Todo ello pone de manifiesto que la política turística en el Alto Vinalopó se abarca desde una perspectiva local, sin ningún tipo de planificación ni estrategia comarcal de desarrollo, y con promociones poco incisivas sobre los potenciales clientes del litoral (recordar la escasa distancia a los puntos turísticos de la costa alicantina). Además hay una ausencia de los municipios comarcales en ferias turísticas nacionales e internacionales, y se echa a faltar una mayor negociación con mayoristas de viajes y cadenas hoteleras, tal como lo denuncian desde un diario provincial⁸, repercutiendo todo ello en una escasa proyección exterior.

3.3. Plan integral de desarrollo del Alto Vinalopó

La estrategia de desarrollo económico global desde una perspectiva comarcal ve posibilidades de realizarse en el año 1992, cuando se constituye el Consejo Económico y Social

⁷ SANTAMARÍA SEMPERE, J. (1994): "La promoción económica en el Ayuntamiento de Villena. De lo local a lo comarcal". *Jornadas sobre desarrollo local: realidades y perspectivas*. UIMP-Valencia, Junio.

⁸ SANTO MATA, J. (1995): "Villena da la Espalda al Turismo", diario *La Verdad*, 14-02-1995, p. 23; id., "Dechado de Virtudes", 25-02-1995, p. 21.

del Alto Vinalopó, con el apoyo técnico del Gabinete de Desarrollo Económico de Villena que desde entonces pasará a denominarse Agencia de Desarrollo Comarcal. Como primera acción se encarga, por parte de los municipios comarcales, la realización de un Plan de Desarrollo Integral de la Comarca del Alto Vinalopó, aprobado en sesión plenaria del Consejo Económico y Social del Alto Vinalopó, el día 13-12-1993. En sus programas de actuación destaca el n.º 04.00.00 *Sector Turismo*, con un presupuesto de 1.625 millones de pesetas a desarrollar en un período de tiempo comprendido entre el 1-01-1994 y el 31-12-1997, y con tres subprogramas:

1) Subprograma de creación, mejora y desarrollo de productos turísticos (1.188.930.000 pesetas).

2) Subprograma de infraestructuras y servicios turísticos (412.000.000 pts).

3) Subprograma de promoción y comercialización (24.203.000 pts).

Por otra parte el Plan que comentamos propone una serie de medidas entre las que destacan:

- * Recuperación y mejora de recursos turísticos

- * Recuperación de entornos históricos-artísticos.

- * Estimular la iniciativa privada a través de inversiones públicas en proyectos turísticos comarcales y apoyo a la definición y puesta en marcha de empresas turísticas.

- * Creación de una oferta turística adicional de alojamiento, restauración, ocio-esparcimiento, etc...

- * Dotar al sector turístico de una imagen propia de calidad.

- * Identificar y evaluar cuantos recursos comarcales con intereses turísticos sea posible para recuperar o mejorar de cara a su explotación.

- * Dotar a las áreas turísticas de hecho o potenciales de las infraestructuras, equipamientos y servicios públicos que mejoren de forma general la oferta turística.

Se especifica en cada acción y subprograma los sistemas de control y los órganos gestores encargados de realizarlos (Agencia de Desarrollo Comarcal, Ayuntamientos, ITVA, Patronato de Turismo Provincial, Consellería de Cultura, etc...).

A pesar de la consistencia teórica de lo señalado, la verdad es que muchos de estos programas económicos en materia turística por no decir su mayor parte, no han tenido plasmación suficiente en la realidad del espacio comarcal. Uno de los motivos que se aduce es la falta de personal técnico que garantice su ejecución. Otro es la falta de una conciencia clara y territorial de espacio comarcal vertebrado, necesitado de realizar acciones conjuntas y consensuadas.

3.4. *Proyectos locales para el desarrollo turístico*

El desarrollo turístico del Alto Vinalopó pasa por realizar una estrategia concertada entre los entes locales, la iniciativa privada y los diversos órganos de gestión pública (ITVA, Patronato, Conselleria...), con una visión integral actualmente inexistente.

A) *Iniciativas de las entidades públicas locales y autonómicas*

* *Salinas*: Rehabilitar la Laguna por medio de aguas depuradas y repoblando su albeo con tarayts. Esta actuación se completaría con la construcción de un pequeño hotel. Se está en proceso de presupuestar esta acción, esperando la participación de la Conselleria de Trabajo y Medio Ambiente.

* *Biar*: Creación de una segunda aula de la naturaleza, con monitores y conserjes, aprovechando los amplios recursos forestales existentes. Actuación llevada a cabo por la Conselleria de Medio Ambiente y presupuestada en 70 millones de pesetas. Otra de las acciones ya emprendida es la realización de un hotel de tres estrellas, en una antigua casa nobiliaria del s. XIX conocida como Casa Palacio del Vizconde de Vall de Sotos, con 42 habitaciones, salón, jardín, aparcamiento interior y restaurante. Esta acción está liderada por el ITVA, presupuestada en 550 millones de pesetas, con una superficie a ocupar de 3.500 m².

* *Bañeres*: Realización de un convenio del Ayuntamiento y de Cruz Roja española, para la realización de un albergue internacional, rehabilitando un antiguo molino papelero ("moli Sol"). Otra actuación será en concierto con la Conselleria de Medio Ambiente para crear un camping o vivero en otro viejo molino, el "moli Umbria". Otra medida es la señalización de rutas ecológicas y medio ambientales, en trámites con la Conselleria de Medio Ambiente, habiéndose realizado contactos con el ITVA, para la puesta en marcha de una Oficina Municipal de Turismo, que próximamente será montada.

* *Villena*: Campaña de Promoción "*Villena un Tesoro*", dotada por la Concejalía de Turismo para el año 1994 en 600.000 pts. Consta de la realización de rutas urbanas realizadas por Villena con libretos de mano donde se expliquen las peculiaridades del recorrido; ubicación de vallas publicitarias de Manel Boix a la entrada de la ciudad, donde se señalarán las visitas a monumentos, parajes naturales y demás actividades a realizar. Todo ello subvencionado por el ITVA en su totalidad con un presupuesto de tres millones de pesetas. También se va a realizar una *Guía Histórico Monumental* sobre Villena subvencionada con 1.500.000 pts. por el ITVA; 500.000 ptas por la Diputación Provincial y el resto por el ayuntamiento. Todo ello se completará con la edición de un vídeo y 10.000 postales mostrando todos los aspectos interesantes de aprovechar en materia turística.

B) *Iniciativas privadas*

* Colectivos culturales y ecologistas comarcales, Salvatierra y AVIANA (Asociación Villena Amigos de la Naturaleza), han realizado pequeñas publicaciones, mostrando las posibilidades

comarcales (y más en concreto de Villena) en materia de ocio, cultura y naturaleza, con rutas y parajes que visitar.

* Proyecto de instalar un hotel, rehabilitando una antigua casa rural (Casa el Pinar) del término municipal de Villena. El hotel constaría de picadero, cuadra de caballos, pequeña piscina, y otros servicios turísticos similares.

* La Asociación de Hostelería de Villena (ASHOVI) ha puesto en marcha una central de compras durante el año 1994 para no hacerse la competencia desleal.

* Destacar la tutela de la Agencia de Desarrollo Comarcal, en dos proyectos, fruto del "1.º Concurso de Ideas Empresariales Alto Vinalopó" celebrado el pasado Octubre. Uno de ellos obtuvo el Primer Premio (500.000 pts.) titulado "Granja Escuela-Taller y Educación Ambiental". El otro consiguió un Accesit (100.000), y consistía en la realización de una empresa de servicios, que ofreciera rutas ecológicas y culturales comarcales, "Empresa de Servicios Turísticos".

* Desarrollo por parte de Empresas de Servicios Turísticos de la Costa (Natura Sport) de recorridos temáticos como "La Ruta de los Castillos" que podrían derivar en otros aspectos específicos de los recursos de la comarca.

C) *Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las zonas rurales*

La iniciativa comunitaria LEADER I (1992-1994), aplicada en la zona interior provincial de la MONTAÑA ALICANTINA, con una inversión total de 1.153 millones de pesetas, y el impulso dado al turismo de interior (con una inversión de 1.009 millones de pesetas), ha incentivado el interés de otras zonas de interior alicantinas como la comarca del Alto Vinalopó que formalizó la petición del LEADER II (1995-1999), como Zona Desfavorecida Objetivo 1.

Los órganos de resolución de las solicitudes del LEADER II (Enero 1995), desestimaron la petición de la comarca Alto Vinalopó, pero por contra ha sido admitida en un nuevo programa paralelo (muy similar al LEADER II aún por definir por el IRYDA), denominado *Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las zonas rurales en las Regiones de Objetivo 1* (también llamado *PLAN OPERATIVO*), subvencionado por el FEOGA y FEDER y gestionado por el IRYDA y la Conselleria de Agricultura con una inversión que rondará entre 1.000 y 1.500 millones de pesetas (Figura 7). Hecho que abre nuevas expectativas para el desarrollo económico comarcal, con una visión integrada del territorio que diversifique la actividad productiva agraria en el que el turismo de Interior y Rural está contemplado en su punto n.º 3 teniendo como objetivos "...crear una oferta de calidad y diversificada, posibilitando la disminución de la presión sobre la explotación indiscriminada del litoral y abriendo paso a nuevas posibilidades de turismo alternativo, repercutiendo todo ello en un aumento de renta de los espacios rurales"⁹.

⁹ Medida 3: "Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural", *Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las zonas rurales*, IRYDA 1994-1999.

FIGURA 7. **PROGRAMA DE DESARROLLO Y DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA DE LAS ZONAS RURALES EN LAS REGIONES DE OBJETIVO 1**

		FONDO
Medida 1:	Pequeñas infraestructuras ligadas a actividades económicas.	FEDER
Medida 2:	Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de pueblos.	FEOGA-Q, FEDER
Medida 3:	Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural.	FEOGA-Q, FEDER
Medida 4:	Diversificación de actividades. Creación de pequeñas empresas, actividades de artesanía y servicios.	FEOGA-Q, FEDER
Medida 5:	Revalorización del potencial productivo agrario y forestal. Productos de marca e inversiones en favor de productos de calidad locales.	FEOGA-P
Medida 6:	Desarrollo de la extensión agraria y forestal y mejora de la Formación Profesional agrícola y forestal.	FEOGA-O
Medida 7:	Asistencia y apoyo técnico al desarrollo rural	FEOGA-Q, FEDER

La comarca del Alto Vinalopó se le presenta otra oportunidad para hacer valer su potencial endógeno y elaborar una estrategia global de desarrollo tutelada por la Agencia de Desarrollo Comarcal, verdadero ente gestor capaz de dotar de perspectiva comarcal la aplicación de las acciones del *Plan Operativo*.

3.5. *Un modelo futuro de desarrollo turístico comarcal*

El Alto Vinalopó cumplimentó en 1993 un «**diagnóstico socioeconómico territorial**», tutelado por la Agencia de Desarrollo Comarcal (*Plan Integral de Desarrollo Alto Vinalopó*), donde se ofrece información sobre la situación y potencialidades a desarrollar¹⁰. A partir de dicho diagnóstico se trata de «**definir un modelo de desarrollo turístico comarcal**», a través de un trabajo complejo de reflexión, "ya que no existe una estrategia única para el turismo rural, más bien es necesaria una estrategia para cada zona rural en la que se contemplan las potencialidades existentes, tipos de productos o paquetes turísticos a ofrecer y organización de la oferta".¹¹

A partir de aquí y respaldado por el *Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las zonas rurales (IRYDA 1994-1999)*, se presenta la necesidad de desarrollar acciones para la dinamización de los espacios rurales y sobre todo de desarrollar actividades en relación a la te-

¹⁰ *Plan Integral de Desarrollo del Alto Vinalopó*, op. cit.

¹¹ Véase nota 9.

mática turística, en función de la medida n.º 2 (*Valorización del patrimonio rural*), medida n.º 3 (*Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural*), y medida n.º 4 (*Diversificación de actividades. Creación de pequeñas empresas, actividades de artesanía y servicios*) que garantizan su viabilidad económica y su continuidad en el marco espacial del territorio y dentro de un desarrollo integrado del mundo rural.

Por ello se propone una serie de directrices que a continuación se indican:

a) *Constitución de la "Asociación para el Desarrollo del Alto Vinalopó"*, redactándose unos estatutos que busquen Promoción y Desarrollo del Alto Vinalopó, a través de la viabilidad de proyectos donde se especifica, implicando de forma directa a los agentes políticos, económicos y sociales.

b) *Fijación de objetivos estratégicos, prioridades, plazos temporales* por parte de un equipo de agentes de desarrollo local, animadores y técnicos implicados que garanticen la continuidad y cumplimiento de los proyectos en relación a las medidas para el desarrollo turístico del "Plan Operativo". Seguimiento de las actividades con indicadores periódicos de resultados a través de la recogida de información (encuestas, estadísticas, previsiones, etc...), dentro de una dinámica global e integrada para el desarrollo conjunto del territorio comarcal¹².

c) *Catalogación e inventario de los recursos turísticos* endógenos que tiene el territorio, que enriquezcan la oferta cultural y monumental ya existente, revalorizando y recuperando aspectos del mundo rural que han caracterizado la idiosincrasia de sus habitantes (antiguas casas de labor abandonadas, prácticas y utensilios rurales ancestrales, etc). Potenciar la práctica de actividades complementarias tanto deportivas (ala delta, parapente, ultraligeros, escalada, espeleología...), como medioambientales (acampadas, senderismo, aulas de la naturaleza, granjas escuela, etc). Mejorar y aumentar las infraestructuras de servicio carentes en la comarca, sobre todo en materia de alojamiento.

d) *Realizar actividades de promoción de marcas, estudios de mercado, estudios de capacidad de acogida del territorio*, caracterizando y definiendo el perfil de la demanda que en función del producto turístico ofertado debe ser dirigido hacia el turista costero con inquietudes culturales (cansado de las largas estancias en un mismo lugar) y hacia el turista activo y deportivo que se desplaza muchos kilómetros para la práctica de deportes aventura (escalada, parapente, ala delta y ultraligero). Además se negociará con mayoristas de viajes y cadenas hoteleras, para el conocimiento en el exterior de los recursos ya citados y fomentar así las inversiones procedentes del sector privado, que se dirijan al desarrollo de la actividad turística.

e) *Creación de un Ente Gestor de Recursos Turísticos* (bien por iniciativa municipal o bien por iniciativa privada), que coordine todas las actividades turísticas a realizar de forma racional. Para ello también se creará una central de reservas y paquetes turísticos de actividades,

¹² Medidas a) y b) contempladas en la Memoria del Programa de Desarrollo y Diversificación Económica de las zonas rurales (1994-1999), realizada por la Agencia de Desarrollo Comarcal (Febrero 1995), para entregar a la Conselleria de Agricultura.

gestión de alojamiento, manutención, alquiler de material necesario para el desarrollo de actividades turísticas.

f) *Participación de la población comarcal, agentes locales* y diversas asociaciones deportivas en la evolución de las estrategias llevadas a cabo, fomentando la creación de empresas locales de servicios turísticos, ayudando a los talleres artesanales existentes, formando capital humano endógeno a través de cursos de formación (guías turísticos, hostelería, monitores socioculturales, etc.).

Esperemos que la puesta en marcha del *Plan de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales* (1994-1999), cumpla las expectativas y concrete en la comarca un verdadero desarrollo turístico. El Plan pretende potenciar los recursos turísticos existentes, regenerar espacios naturales y conseguir un equilibrio espacial entre todos los municipios sin excepción (desarrollo integrado), con un aporte de rentas complementarias. Todo ello realizado por encima de políticas turísticas locales descoordinadas y sin ningún tipo de efecto real en la economía comarcal, que incentive la cooperación intermunicipal para aprovechar los recursos disponibles. Por ello la estrategia aquí diseñada espera revalorizar el Alto Vinalopó, un espacio natural diferenciado por caracteres culturales y económicos que lo enriquecen y singularizan, desde un planteamiento integral del territorio con la aplicación de actuaciones globales y no sectoriales.