



Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de
Orihuela

Curso de adaptación al Grado en Administración y
Dirección de Empresas

Trabajo Fin de Grado

Dinamización territorial en la Vega Baja del Segura:
Oportunidades de negocio en torno al
Turismo Cultural.

Curso académico 2017/2018

Alumna: María del Carmen Pérez Vegara

Tutor: Sergio Galiana Escandell

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia el apoyo moral que me ha prestado para hacer el trabajo y a mi tutor D. Sergio Galiana Escandell por su predisposición a solucionar las dudas que me surgían.



INDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN..... | 4 |
| 1- INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| 2- OBJETIVO DEL TRABAJO, JUSTIFICACIÓN E HIPÓTESIS..... | 7 |
| 3- METODOLOGÍA..... | 8 |
| 4-MARCO TEÓRICO..... | 9 |
| 4.1 Definición de turismo. El turismo como alternativa estratégica para el desarrollo..... | 9 |
| 4.2 Valores positivos del turismo..... | 11 |
| 4.3 Tipos de turismo: | 11 |
| 4.3.1 Turismo de sol y playa..... | 12 |
| 4.3.2 Turismo de naturaleza. Importancia del turismo natural.... | 12 |
| 4.3.3 Turismo cultural. Importancia del turismo cultural..... | 14 |
| 4.3.4 Turismo de Salud..... | 15 |
| 4.3.5 Turismo de Reuniones..... | 15 |
| 4.3.6 Turismo de LGBT..... | 15 |
| 4.4 Importancia del turismo en España..... | 16 |
| 4.5 Importancia del turismo en la Comunidad Valenciana..... | 29 |
| 4.6 Turismo Cultural. Evolución y tendencias. Políticas culturales y Estrategias de desarrollo..... | 30 |
| 4.7 Descripción de la actividad y perfil de la empresa cultural..... | 34 |
| 4.8 La Comarca de la Vega Baja del Segura..... | 40 |
| 4.8.1 Turismo, Ocio y Gastronomía en la Comarca de la Vega Baja del Segura..... | 42 |
| 4.8.2 Gastronomía en la Comarca de la Vega Baja del Segura. | 43 |
| 4.8.3 Patrimonio natural de la Comarca de la Vega Baja del Segura..... | 44 |

| | |
|--|----|
| 4.8.4 Patrimonio cultural de la Comarca de la Vega Baja del Segura..... | 47 |
| 5. EJEMPLO DE CONJUNTO HISTÓRICO PATRIMONIAL DEL II MARQUÉS DE FONTALBA DE JACARILLA COMO INSTRUMENTO DINAMIZADOR DEL TURISMO..... | 55 |
| 5.1 Conjunto histórico patrimonial del II Marqués de Fontalba de Jacarilla..... | 57 |
| 5.2 Historia de Jacarilla..... | 74 |
| 5.3 Población de Jacarilla..... | 77 |
| 5.4 Economía de Jacarilla. Evolución..... | 78 |
| 5.5 Fiestas de Jacarilla..... | 81 |
| 5.6 Clima de Jacarilla..... | 82 |
| 5.7 Consecuencias y ventajas de un bien patrimonial declarado Bien de Interés Cultural..... | 82 |
| 6. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA COMARCA DE LA VEGA BAJA..... | 88 |
| 7. CONCLUSIÓN..... | 94 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 96 |

RESUMEN

Este trabajo tiene como finalidad detectar como atractivo turístico cultural el Complejo Patrimonial histórico, artístico y cultural del II Marqués de Fontalba de Jacarilla, municipio de la Comarca de la Vega Baja, formado por un Palacio, un Jardín considerado histórico cultural, una Iglesia, una Casa Cuartel de la Guardia Civil y Colegio, construido por orden del II Marqués de Fontalba.

Se parte de la necesidad de ofrecer otras formas de hacer Turismo diferente al Turismo de Sol y Playa en la Comarca de la Vega Baja para fidelizar a un tipo de turista durante todo el año.

Además, se manifiesta el compromiso por parte de las instituciones públicas de buscar fórmulas que consoliden el turismo en esta zona y ayuden a desestacionalizar la oferta turística.

Se explica la importancia de la industria del Turismo en el desarrollo de la economía española y la Comunidad Valenciana y que está directamente relacionado con el desarrollo de otras actividades como la hostelería, la restauración y el transporte, entre otros sectores económicos.

Por otro lado, se considera que la Cultura contribuye de forma significativa al desarrollo de una región, ya que es una importante fuente de creación de empleos, tanto directos como indirectos, concentra a su alrededor un volumen importante de inversiones en infraestructuras y desempeña un papel positivo de promoción e integración social.

En este contexto se desarrolla el denominado Turismo Cultural. Desde un punto de vista genérico, se puede considerar que el turismo siempre ha tenido, en mayor o menor medida, un componente cultural ya que una de las principales motivaciones que han llevado a los individuos a desplazarse a otros lugares ha sido el conocer otras formas de vida, cultura, manifestaciones artísticas, etc. La importancia económica de esta categoría de turismo ha ido creciendo en los últimos años.

La Comarca de la Vega Baja cuenta con una posición privilegiada porque cuenta con un patrimonio histórico, artístico y cultural considerable, en concreto posee muchos conjuntos patrimoniales declarados Bien de Interés Cultural

donde el Turismo Cultural tiene posibilidades de crecer y contribuir al desarrollo económico, social y territorial de la comarca.

Como ejemplo de Conjunto Histórico, merecedor de ser declarado Bien de Interés Cultural, es el Complejo arquitectónico, histórico y cultural del II Marqués de Fontalba de Jacarilla. Su declaración como BIC junto a su debida promoción por empresas culturales contribuiría al desarrollo económico y del turismo en esta pequeña localidad de la Comarca de la Vega Baja del Segura.

Se considera, finalmente, la creación de empresas culturales especializadas como una oportunidad de negocio en la zona de la comarca de la Vega Baja y una forma de promocionar con éxito el patrimonio de un destino.

Palabras clave: Cultura, Turismo Cultural, II Marqués de Fontalba, Palacio de Jacarilla, empresa cultural y Comarca de la Vega Baja del Segura.

ABSTRACT

The purpose of this work is to detect as a cultural tourist attraction the Historical, Artistic and Cultural Patrimonial Complex of the II Marqués de Fontalba de Jacarilla, municipality of the Comarca de la Vega Baja, formed by a Palace, a Garden considered a cultural historical site, a Church, a House of the Civil Guard and School, built by order of the II Marques of Fontalba.

Be part of the need to offer other forms of tourism different from Sun and Beach Tourism in the region of Vega Baja to retain a type of tourist throughout the year.

In addition, the commitment of public institutions to seek formulas that consolidate tourism in this area and help to deseasonalize the tourist offer is manifested.

It explains the importance of the tourism industry in the development of the Spanish economy and the Valencian Community and that is directly related to the development of other activities such as the hotel trade, catering and transport, among other economic sectors.

On the other hand, it is considered that Culture contributes significantly to the development of a region, since it is an important source of job creation, both direct and indirect, concentrates around it a significant volume of infrastructure investments and plays a role positive promotion and social integration.

In this context, the so-called Cultural Tourism is developed. From a generic point of view, it can be considered that tourism has always had, to a greater or lesser extent, a cultural component since one of the main motivations that have led individuals to move to other places has been knowing other forms of life, culture, artistic manifestations, etc. The economic importance of this category of tourism has been growing in recent years.

The Comarca de la Vega Baja has a privileged position because it has a considerable historical, artistic and cultural heritage, it has many heritage sites declared of Cultural Interest where Cultural Tourism has the potential to grow and contribute to economic, social and cultural development. territorial of the region.

As an example of Historic Site, worthy of being declared an Asset of Cultural Interest, is the architectural, historical and cultural complex of the II Marqués de Fontalba de Jacarilla. His declaration as BIC together with his due promotion by cultural companies would contribute to the economic and tourism development in this small town of the Comarca de la Vega Baja del Segura.

It is considered, finally, the creation of specialized cultural companies as a business opportunity around the Vega Baja region and a way to successfully promote the heritage of a destination.

Keywords: Culture, Cultural Tourism, II Marques de Fontalba, Jacarilla Palace, cultural company and District of the Vega Baja del Segura.

1- INTRODUCCIÓN.

En los últimos años se observa en los destinos de sol y playa una tendencia a que son precisamente los meses vecinos al «tradicional» veraneo los que registran los mayores crecimientos de ocupación. La preferencia creciente por fraccionar las vacaciones que se observa en la demanda, pero también por el hecho de que los meses centrales del verano han alcanzado unos volúmenes de turistas, especialmente en el litoral mediterráneo, que los ha situado cerca del máximo de carga aceptable con lo que esto conlleva de deterioro de los servicios públicos y privados prestados a los turistas, provoca que se busquen nuevas alternativas al turismo de sol y playa.

Se acerca el invierno, ¿y ahora qué? Los municipios cercanos a la costa tienen que reinventarse con actividades, servicios, nuevas experiencias para fidelizar a un tipo de turista durante todo el año.

El aumento del paro tras los meses de verano viene dado, principalmente, por la finalización de los contratos en el sector servicios. Esta es una lacra que se repite año tras año en muchos municipios cercanos a la costa, y que viene a demostrar que un problema de desempleo estacional como este no tiene una respuesta definida por parte de las administraciones públicas.

El gran reto de estos municipios es adelantarse a unos datos que se repiten año tras año y que lastran el crecimiento económico y social de estas poblaciones.

Los ayuntamientos han puesto a sus concejalías de turismo a buscar fórmulas que consoliden un turismo más allá de sol y playa y ayuden a desestacionalizar la oferta turística con programas y paquetes que hagan atractivos sus municipios también en invierno. (Diario “LA VEGA BAJA” N°1 diciembre 2017)

Por otro lado, la diversificación de la demanda, por el aumento de los niveles de ocio y renta, obliga a ofertar nuevos y específicos productos turísticos. Este hecho, contrastado por las instituciones públicas, ha derivado en la necesidad de promocionar otras formas alternativas al turismo de sol y playa.

En este sentido, el Turismo Cultural, como turismo, rompe con la tradicional fluctuación estacional del sector y permite ofertar nuevos productos, además contribuye a la generación de empleo. Sin embargo, hasta la fecha, apenas se ha aprovechado las posibilidades que ofrece esta modalidad turística en la zona de la Comarca de la Vega Baja.

2- OBJETIVO DEL TRABAJO, JUSTIFICACIÓN E HIPÓTESIS.

Este trabajo tiene como objetivo principal descubrir un potencial atractivo turístico en el Complejo Patrimonial histórico, artístico y cultural del II Marqués de Fontalba de Jacarilla, municipio de la Comarca de la Vega Baja del Segura porque hasta el día de hoy no ha sido lo suficientemente valorado por la Administración pública.

Se plantea la hipótesis de apostar por el turismo cultural como oportunidad de negocio para el desarrollo local de pequeñas localidades y como forma de

evitar la fuerte estacionalización del turismo que sufren las localidades de la costa y del interior de la Comarca de la Vega Baja del Segura.

La idea surge porque el turismo tradicional de sol y playa está llevando a esta región al límite de sus posibilidades, debido a su gran masificación y porque se aprecia un aumento del turismo cultural donde las personas se trasladan a una región con la expectativa de tener experiencias diferentes o complementarias al turismo de sol y playa, convivir durante unos días con la comunidad de dicha región, conocer sus costumbres, cultura y tradiciones. En este sentido, la cultura destaca por ser un elemento muy importante del producto turístico que a la vez genera distinción en un mercado global abastecido. Además, el turismo cultural juega un papel importante para conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural de cada destino.

Otra hipótesis es la utilización del Turismo Cultural como complemento del Turismo de Sol y Playa y del Turismo Natural o Rural en los municipios de la Comarca de la Vega Baja como otra forma de potenciar el desarrollo económico de la zona. Porque existe también un aumento del turismo natural y rural de la zona de la Comarca el cual se desarrollaría sin alterar el equilibrio del medio ambiente, promoviendo la conservación de la naturaleza realizando actividades recreativas. Esto favorece a los municipios receptores una mejora en la calidad de vida buscando incentivar el desarrollo sostenible.

Se estudia la Comarca de la Vega Baja del Segura como una región que tiene una amplia oferta de patrimonio natural y patrimonio cultural y puede ser atractiva para el turista.

3-METODOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.

La recogida de información del presente trabajo se basa en un trabajo de documentación mediante la utilización de fuentes secundarias. Se ha utilizado internet buscando páginas web relacionadas con el tema a tratar, revistas especializadas, libros de la Biblioteca Pública de Jacarilla, libros de la Biblioteca de la Universidad Miguel Hernández.

También se ha buscado información en “Guía de actividades empresariales” hechas por la Generalitat Valenciana para el fomento del empleo y desarrollo local de la Comunidad Valenciana. En estas guías sí han sido utilizadas fuentes primarias de información como entrevistas a empresas del ámbito del Turismo Cultural de la Comunidad Valenciana y otras comunidades.

4-MARCO TEÓRICO

4.1 DEFINICIÓN DE TURISMO. EL TURISMO COMO ALTERNATIVA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO.

El turismo —en definición de la Organización Mundial del Turismo— comprende *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos”*.

Concepto de Viajeros

Es la definición más amplia de todas y de esta se desprenden el resto. Cualquier persona que se encuentre realizando un viaje (por cualquier motivo) entre dos lugares geográficamente distintos y fuera de su entorno habitual, es correcto llamarlo viajero. Personas que se establecen en otro lugar por trabajo, refugiados, diplomáticos o migrantes no son viajeros.

En este término, no importa si se viajó por menos o más de 24 horas, si se pernoctó (se quedó a dormir) en el lugar o no, o si gastó mucho o poco; por el simple hecho de estar realizando el desplazamiento, ya se le puede considerar a la persona, viajero.

Concepto de Visitantes

Personas que viajan a un destino principal distinto al de su lugar de residencia, por una duración inferior a un año, con cualquier propósito. Pueden ser nacionales cuando viajan dentro de su mismo país e internacionales cuando lo hace fuera de su país de origen.

De este término se desprenden dos: turistas y excursionistas.

Turistas

Un turista es un visitante, con la condición de deber pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios.

Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino. (Definición del periódico digital ABC)

Excursionistas

Al igual que el turista, todo excursionista es un viajero, pero aquí la condición radica en que durante su viaje no deben pernoctar en el destino, o lo que es igual, no deben durar más de 24 horas ahí. Para efectos estadísticos, los excursionistas normalmente son personas que viajan a ciudades fronterizas, ya sea en su propio vehículo o en cruceros, a destinos de costa.

Como te puedes dar cuenta, cada término se enlaza con el anterior, es como si tuviéramos una pirámide y en el eslabón más bajo tuvieran cabida los de arriba, y en el segundo otra vez los de arriba, y así sucesivamente; de tal manera que podemos concluir que todo turista es un viajero, pero no todo viajero es un turista.

El turismo como alternativa estratégica para el desarrollo

Según la Tesis de Castro Álvarez, Ulises, el efecto multiplicador del turismo en la economía es uno de los argumentos justificatorios para que diversos países hayan decidido tomar como punto de lanza de su desarrollo a la actividad turística.

Según Mendoza Mora, Ludmila, en la década de los sesenta, diversos países pobres vieron en el turismo una alternativa para promover el crecimiento de sus economías, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), afirmó en esa época que la actividad turística contenía los elementos potenciales para tal efecto, señalando que podría tener alcances ilimitados, lo que motivó que tanto el Banco Mundial como las Naciones Unidas enfocaran sus esfuerzos a la promoción del turismo en los países en vías de desarrollo. Para apuntalar tal promoción, las Naciones Unidas declararon 1967 como el “Año Internacional del Turismo.” (De Kadt, 1979)

El turismo cumple con diferentes funciones, pero todas ellas de gran impacto en lo económico, social, político, cultural y medioambiental, en algunas

ocasiones reproducen las asimetrías existentes, y a veces las profundiza o las atenúa.

La planificación de los destinos debe basarse en el análisis de los atributos únicos que posee, ya que constituyen su ventaja comparativa. Los atributos asociados a la ventaja comparativa son decisivos para el desarrollo del turismo sustentable e incluyen clima, ubicación, recursos naturales, herencia cultural, servicios a los turistas, actividades recreativas, creación de una conciencia turística entre los pobladores locales, facilidad en el uso de la tierra, capacidad de carga, infraestructura y disponibilidad de recursos humanos. La utilización de estos atributos de manera sustentable permite que el destino se haga más competitivo en el largo plazo atendiendo los cambios naturales de la demanda, sin dejar de lado la preocupación por la degradación ambiental.

4.2 VALORES POSITIVOS DEL TURISMO.

- Incrementa la riqueza de las regiones receptoras.
- Potencia la actividad económica al estimular la construcción, la aparición de empresas destinadas a satisfacer las necesidades de los turistas (hoteles, restaurantes, comercios) y crea empleo en estas actividades.
- El turismo estimula la rehabilitación de los parajes, edificios y monumentos históricos existentes.
- En pequeñas localidades rurales frena la emigración de los jóvenes.
- Facilita la ocupación hotelera, al igual que los alquileres de casas y pisos particulares.
- El turismo crea la necesidad de establecer controles administrativos y de planificación imprescindibles para mantener la calidad del Medio Ambiente con el fin de garantizar una experiencia satisfactoria.
- Impulsa la mejora de las infraestructuras de transporte y la dotación de servicios.

4.3 TIPOS DE TURISMO.

Descripción de los tipos de turismo que existen y que se fueron desarrollando con el paso del tiempo gracias a las motivaciones propias del viajero. Es

pertinente mencionar que a partir de cada uno de estos se pueden desglosar otros, pero los aquí presentados, son los más importantes:

4.3.1. Turismo de sol y playa (tradicional)

Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar y debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes “todo incluido” que les permite tener las menos preocupaciones posibles.

4.3.2 Turismo de Naturaleza. Importancia de Turismo Natural.

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural.

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones:

El ecoturismo que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza;

El turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico;

y por último el turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

Importancia del Turismo Natural.

Se puede entender por Turismo de Naturaleza o Turismo Natural, los viajes organizados por personas con el objetivo de realizar actividades recreativas en contacto, precisamente y como su nombre lo adelanta, con la naturaleza, y con las comunidades o expresiones culturales integradas en su entorno.

Es una práctica que la realizan personas que tienen la intención de conocer y disfrutar de los recursos naturales de un área del planeta. Bien dirigido, es fundamental para desarrollar planes de conservación y protección del medio ambiente natural, ya que es un recurso económico importante, no solo para las áreas naturales, su fauna y su flora, sino también para las diversas comunidades humanas que pueblan este espacio geográfico concreto.

Se puede dividir en diferentes sectores turísticos según las actividades y las características del entorno que se quiera visitar. Así tenemos:

- Turismo Ecológico o Ecoturismo cuando los espacios naturales son protegidos por su especial diversidad y por los programas de conservación que en ellos se desarrollan.

- Turismo Rural, que se basa en tomar contacto una cultura en un ambiente rural, conociendo la vida, historia y costumbres de estos lugares, que suelen ser poblaciones pequeñas y muy bien conservadas, tanto los poblados como su entorno.

- Turismo de Aventura, donde a través de agencias especializadas o empresas turísticas, se organizan actividades deportivas atractivas, algunas suponiendo un fuerte desafío físico, desarrollándose en la naturaleza.

- Agroturismo, que se basa en disfrutar unas vacaciones en una granja o zona agrícola, hospedado por los propios granjeros y aprendiendo o participando de las diversas actividades agrícolas que allí se desarrollan.

- Existe también el Agro- ecoturismo, cuando la granja o hacienda en cuestión es ecológica, tanto en sus productos como en sus métodos. Esto gusta mucho a los amantes de la ecología porque les permite, durante estos días hospedados en el lugar, disfrutar de una alimentación totalmente sana y natural.

- Turismo Azul, que vendría a ser un turismo orientado a disfrutar de espacios naturales marinos con gran biodiversidad y que permiten actividades como submarinismo o simples baños en compañía de especies singulares, como puedan ser delfines, bancos de peces exóticos, corales, etc....

- También tendríamos el Turismo Ornitológico, que se basa en visitar zonas protegidas o habilitadas para el avistamiento de aves. De este tipo de turismo, gustan mucho los amantes de la fotografía.

- Turismo Cinegético. Suelen ser personas aficionadas a la caza, que van a pasar unos días a un parque Cinegético, que es un lugar donde se les permite

cazar aquellos animales que por exceso de número o de edad, deberían desaparecer, pero no ocurre por falta de depredadores. Los agentes del Parque acompañan en todo momento a los cazadores indicándoles que pueden cazar.

- Ictioturismo. Es similar al Cinegético, pero centrado en la pesca. Son espacios naturales enfocados a los aficionados. Tienen sus épocas de cría y épocas en que reciben los turistas para reducir el exceso número de unas determinadas especies.

Estos son los diversos sectores que abarca el Turismo Natural.

4.3.3 Turismo cultural. Importancia del turismo cultural. Políticas culturales y estrategias de desarrollo.

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención de “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuenten la historia del lugar de destino.

Importancia del turismo cultural.

Según un estudio de Mendoza Mora, Ludmila, el Turismo cultural es una actividad excepcional, necesaria y enriquecedora de la calidad de vida. Generadora de acciones, que involucran amplios sectores de la economía, las instituciones públicas y privadas y la sociedad civil.

Esta modalidad de turismo hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, etc. Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.

El turismo cultural se ha convertido en una de las industrias más importantes a nivel mundial, sobre todo en los países en vías de desarrollo hay enormes expectativas por lo que este mercado pueda aportar.

Políticas culturales y estrategias de desarrollo

Mendoza Mora, Ludmila opina que, como factor estratégico para el desarrollo económico local, el conjunto de manifestaciones culturales de un territorio representa una oferta absolutamente heterogénea, con potencialidades y valores de orden turísticos muy diversos. El atractivo de cada oferta depende del valor simbólico intangible, aprendido o comunicado. El interés por la excepcionalidad, experimentación y distinción que está asociado al fenómeno del turismo cultural explica la elevada selección de los destinos escogidos.

4.3.4 Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud.

4.3.5 Turismo de Reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

4.3.6 Turismo LGBT

Tipo de turismo dirigido a la llamada “comunidad gay”, que incluye personas bisexuales y transexuales. Actualmente es un sector en constante crecimiento que aporta incluso más derrama económica que el turismo convencional. Lo que se busca cuando las personas se desplazan para hacer turismo LGBT, es todas las condiciones necesarias para tener tranquilidad, esto quiere decir que buscan destinos amigables para ellos, donde no haya discriminación, se respete la diversidad y haya espacios abiertos con seguridad para su integridad.

4.4 IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

Según PROBUEN ADVISORY, la industria del Turismo es y ha sido vital para el desarrollo de la economía española. Es tan importante su contribución que actualmente viene a representar el 11% de nuestro Producto Interior Bruto, genera 2,3 millones de puestos de trabajo y contribuye a equilibrar nuestra Balanza de Pagos. Está directamente relacionado con el desarrollo de otras actividades como la hostelería, la restauración y el transporte, entre otros sectores económicos.

Como muestra el cuadro 1 que hemos colocado en la parte inferior, nuestro país es la tercera nación en cuanto a visitas de turistas, pero, sin embargo, constituye la segunda en cuanto a nivel de ingresos producidos por las mismas.

España es el tercer país turístico a nivel mundial. Nos superan como países más visitados Francia y Estados Unidos, estando por detrás nuestra, naciones con tanta tradición turística como Italia y Grecia y economías con tanta pujanza económica como Alemania y Reino Unido, o tan grandes y pobladas como China, Rusia, Brasil o México. (Figura 1. Ranking por países de llegadas de turistas 2016).

| RANKING POR PAISES DE LLEGADAS TURISTICAS 2016 | | | |
|--|----------|----------|-----------|
| PAÍS | AÑO 2014 | AÑO 2015 | VARIACIÓN |
| 1º-FRANCIA | 83,70 | 84,50 | 0,90% |
| 2º- USA | 75,00 | 77,50 | 3,30% |
| 3º-ESPAÑA | 64,90 | 68,20 | 5,00% |
| 4º-CHINA | 55,60 | 56,90 | 2,30% |
| 5º-ITALIA | 48,60 | 50,70 | 4,40% |
| 6º-TURQUIA | 39,80 | 39,50 | -0,85% |
| 7º-ALEMANIA | 33,00 | 35,00 | 6,00% |
| 8º-REINO UNIDO | 32,60 | 34,40 | 5,60% |
| 9º-MÉXICO | 29,30 | 32,10 | 9,40% |
| 10º-RUSIA | 29,80 | 31,30 | 5,00% |

Cuadro 1. En millones de personas. Fuente INE.

Si es importante el número de visitantes que tenemos, no lo es menos el dinero que deja su estancia. En esta materia, nos situamos en segundo lugar, solo superados por los Estados Unidos.

Y esto tiene enorme importancia, ya que en los últimos cinco años los ingresos por persona y noche han crecido un 31,5%, lo cual viene a confirmar el reparto de los ingresos entre todos los sectores que arrastra el turismo.

| GASTO TOTAL TURISTA POR AÑO | | |
|-----------------------------|-----------|--------------|
| AÑO | INVERSIÓN | INCREMENTO % |
| 2.011 | 52.002 | 6,30% |
| 2.012 | 53.931 | 3,70% |
| 2.013 | 59.270 | 9,90% |
| 2.014 | 63.035 | 6,40% |
| 2.015 | 67.259 | 6,70% |
| 2.016 | 77.000 | 8,30% |

Cuadro 2. En millones de euros. Fuente INE.



| GASTO MEDIO POR TURISTA Y GASTO DIARIO | | |
|--|-------------------|--------------|
| AÑO | MEDIO POR TURISTA | MEDIO DIARIO |
| 2.012 | 941 euros | 105 euros |
| 2.013 | 977 euros | 109 euros |
| 2.014 | 971 euros | 109 euros |
| 2.015 | 986 euros | 113 euros |
| 2.016 | 1.023 euros | 138 euros |

Cuadro 3. En euros. Fuente INE

Son los países europeos los que más visitan nuestro país. Cerca del 80% de nuestros turistas provienen de la Unión Europea y Reino Unido. Es precisamente esta nación quien nos envía más turistas, cerca de 17 millones,

estando por ver los efectos que el BREXIT pueda tener en un futuro. Los expertos vaticinan que su repercusión será mínima, entre otras cosas por la tradición turística de visitar nuestro país, y por las inversiones realizadas en compra de vivienda veraniega.

| VISITANTES POR PAÍS DE ORIGEN 2016 | | |
|------------------------------------|------------|--------------|
| PAÍS | VISITANTES | INCREMENTO % |
| REINO UNIDO | 16.961.140 | 12,30% |
| FRANCIA | 10.767.308 | 7,10% |
| ALEMANIA | 10.734.120 | 6,10% |
| ITALIA | 3.733.716 | 5,60% |
| PAISES BAJOS | 3.232.656 | 9,40% |
| BELGICA | 2.207.605 | 2,70% |
| ESTADOS UNIDOS | 1.884.299 | 6,20% |
| PORTUGAL | 1.872.672 | 15,80% |
| IRLANDA | 1.742.615 | 22,70% |
| RUSIA | 962.644 | 1,80% |

Cuadro 4. En millones de personas. Fuente INE.

El turismo movió cerca de 120 mil millones de Euros, de los cuales 77 mil fueron por gasto directo de visitantes extranjeros.

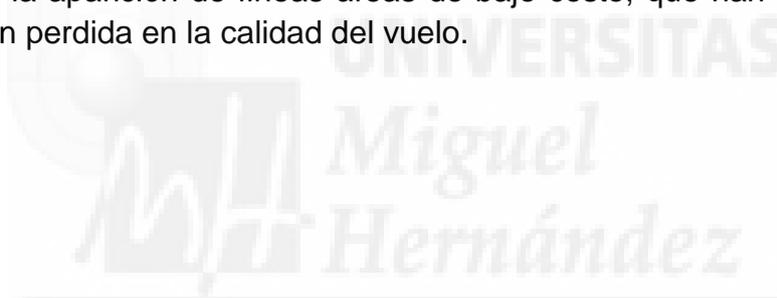
Las seis Comunidades autónomas más visitadas son Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid. Cuadro 5:

| COMUNIDADES AUTÓNOMAS MÁS VISITADAS (EN/NOV 2016) | | |
|---|------------|--------------|
| COMUNIDAD AUTÓNOMA | LLEGADAS | INCREMENTO % |
| 1º-CATALUÑA | 17.032.815 | 3,80% |
| 2º-BALEARES | 12.910.595 | 12,00% |
| 3º-CANARIAS | 12.047.462 | 12,70% |
| 4º-ANDALUCÍA | 10.145.789 | 12,90% |
| 5º-C. VALENCIANA | 7.463.664 | 16,80% |
| 6º-C. DE MADRID | 5.320.453 | 12,60% |
| 7º-PAÍS VASCO | 1.334.977 | -11,40% |
| 8º-CASTILLA-LEÓN | 1.178.839 | 42,70% |
| 9º-GALICIA | 1.021.536 | 19,70% |

| | | |
|----------------------------|---------|---------|
| 10º-REGIÓN DE MURCIA | 942.137 | 23,40% |
| 11º-ARAGÓN | 627.432 | 64,70% |
| 12º-CANTABRIA | 370.318 | -8,30% |
| 13º-NAVARRA | 293.009 | 22,50% |
| 14º-PRINCIPADO DE ASTURIAS | 280.094 | 16,30% |
| 15º-EXTREMADURA | 238.737 | 31,30% |
| 16º-CASTILLA-LA MANCHA | 219.180 | 32,80% |
| 17º-LA RIOJA | 144.627 | 89,00% |
| 18º-CEUTA-MELILLA | 11.821 | 158,00% |

Cuadro 5. En miles de personas. Fuente INE.

Comparando los datos de visitantes del año 2.000 con lo que sucede actualmente, llama la atención un dato. El crecimiento en el número de visitantes coincide con los crecimientos de entradas por Aeropuertos. Las Inversiones realizadas por la Administración en Aeropuertos, su modernización y mantenimiento han sido una de las causas del crecimiento del turismo, unido sin duda, a la aparición de líneas áreas de bajo costo, que han abaratado los traslados sin pérdida en la calidad del vuelo.



| VIAS DE ENTRADAS A ESPAÑA. PORCENTAJES | |
|--|--------|
| AEROPUERTO | 79,40% |
| CARRETERA | 18,50% |
| PUERTO | 1,45% |
| FERROCARRIL | 0,65% |

Cuadro 6. Fuente INE.

El segundo medio de transporte para venir a nuestro país sigue siendo el automóvil (principalmente turismo francés y portugués), seguido del marítimo (se ha incrementado las visitas turísticas en crucero en ciudades como Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca, Málaga e Incluso Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife).

La paralización en las inversiones del AVE a Paris y sus posteriores conexiones con otras capitales europeas, ha sido una mala noticia para España, porque, aun tratándose de una inversión enorme en cuanto a su presupuesto, el acercamiento por otra vía a países cercanos hubiera sido enorme. Y su distribución dentro de nuestro país, debido a nuestra red interna ferroviaria, beneficioso para todas las Comunidades Autónomas.

En cuanto a las pernoctaciones, la bajada se ha situado en el sector hotelero. Aun así, sigue siendo el principal lugar donde duermen nuestras visitas. Pero hay dos datos que parecen preocupantes. Siguen durmiendo en hotel la misma cifra de personas que hace 15 años, mientras el resto de las opciones ha aumentado. Por otro lado, hay que tener en cuenta el número de personas que hace turismo o viajes de negocio a ciudades como Barcelona y Madrid y duermen en hoteles de ciudad, donde el sector ha crecido exponencialmente. Esto nos lleva a una conclusión, el sector hotelero turístico no ha realizado las inversiones necesarias para conseguir atraer nueva clientela y mantener la ya existente.

Esto ha supuesto el aumento de pernoctaciones en apartamentos de alquiler, en viviendas de familiares o vivienda propia.

La venta de vivienda indudablemente mueve la economía y genera riqueza y lo que sería necesario es una regulación transparente y uniforme que legisle el alquiler de apartamentos, siendo está asumida por las dos partes y tutelada por la Administración. La competencia es buena, pero ha de ser leal y en las mismas condiciones, sin situaciones de ventaja.

| LUGAR DE ALOJAMIENTO DE TURISTAS | |
|----------------------------------|--------|
| HOTELES | 45,25% |
| ALOJAMIENTO NO HOTELERO | 23,83% |
| VIVIENDA PROPIA O FAMILIAR | 18,97% |
| VIVIENDA ALQUILADA | 11,95% |

Cuadro 7. Porcentajes. Fuente INE.

En cualquier caso, varios son los problemas que pueden aparecer en los próximos años y para los que tenemos que estar preparados para poderlos afrontar. El turismo en el Caribe ya es competencia de las Islas Canarias, pero

con una política de reinversión y mejora de los servicios se ha podido ir paliando.

Sin embargo, hay que reconocer que parte de nuestro crecimiento ha sido debido a la inestabilidad política de otras zonas turísticas que se han visto afectadas por actos terroristas y guerras. Estas situaciones pueden desaparecer en el tiempo (como sucede en Croacia con el aumento del turismo alemán) y debemos estar preparados.

No podemos conformarnos con el turismo de sol y playa y debemos seguir invirtiendo para hacer posible el crecimiento en el turismo histórico de interior, el turismo de baja temporada con ganchos como el golf, turismo de baja temporada y tercera edad, turismo de convenciones y de países lejanos y el aumento de destino de turismo de crucero.

El turismo es sin lugar a duda el sector de nuestra economía que más ha crecido, y aunque a veces con empleo precario, ha contribuido a no aumentar más la lista de desempleados. Lleva creciendo a ritmos superiores al 3% durante 14 trimestres.

El gasto directo por parte de la administración en dar a conocer nuestro país es una buena inversión. El gasto debe ser medido y bien dirigido a su finalidad última.

| TURISTAS QUE VISITARON NUESTRO PAÍS | | |
|-------------------------------------|---------------|--------------|
| AÑO | Nº VISITANTES | INCREMENTO % |
| 2.012 | 57.464 | 2,30% |
| 2.013 | 60.675 | 5,60% |
| 2.014 | 64.939 | 7,00% |
| 2.015 | 68.217 | 5,10% |
| 2.016 | 75.300 | 9,90% |

Cuadro 8. En miles de personas. Fuente INE.

España en 2016 recibió casi 76 millones de visitas de residentes en el extranjero.

Según el INE (Cuenta Satélite del Turismo), el turismo representa más del 11% del Producto Interior Bruto en España (con datos de 2015), y el 13% del empleo total, y la tendencia reciente ha sido ascendente.

En la figura 1 se presenta el porcentaje del empleo total por sectores en España desde 1995 (Fuente: INE). Aunque el turismo no aparece como un sector por separado en las tablas de la contabilidad nacional del INE, lo aproximo con el subsector de servicios más amplio “comercio, transporte y hostelería”. Sólo he encontrado los datos para la “actividad turística” por separado (de la Cuenta Satélite) desde 2008 (también en el gráfico).

Figura 1. Empleo por sectores, 1995-2015

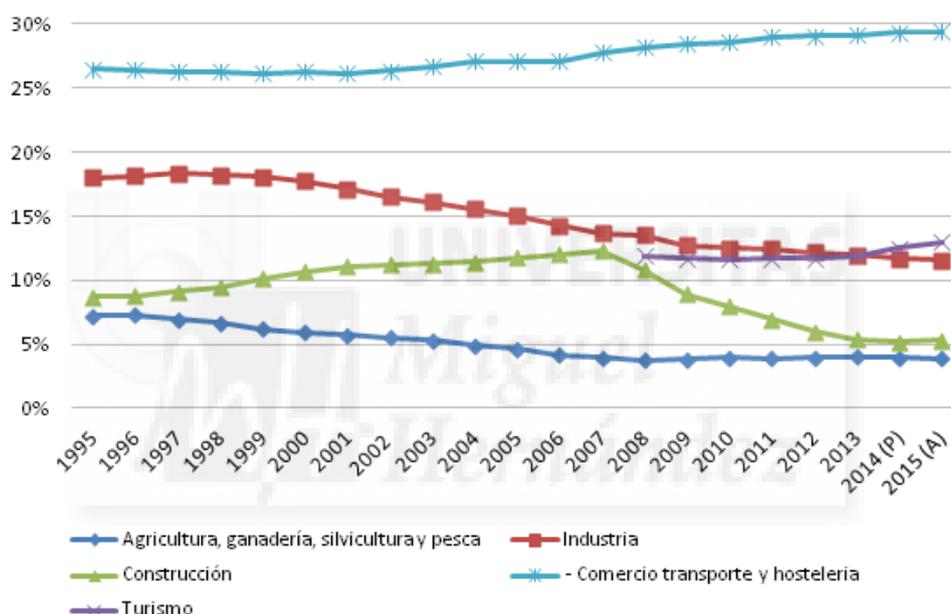


Figura 1. Fuente INE

Se puede observar que el sector “comercio, transporte y hostelería” acapara casi el 30% del empleo total, muy por encima de los sectores agricultura y pesca, manufactura, o construcción. El turismo oscila entre el 11 y el 13% del empleo desde 2008, es decir, niveles cercanos (y en los últimos años, superiores) a los de los sectores de industria o construcción.

Los datos micro de Frontur permiten un análisis más detallado del número de turistas. Esta estadística recoge datos sobre las visitas de no residentes a España durante el año, con información detallada sobre, por ejemplo, país de origen y comunidad autónoma de destino.

Figura 2. Número de turistas extranjeros mensuales (2015-2017)

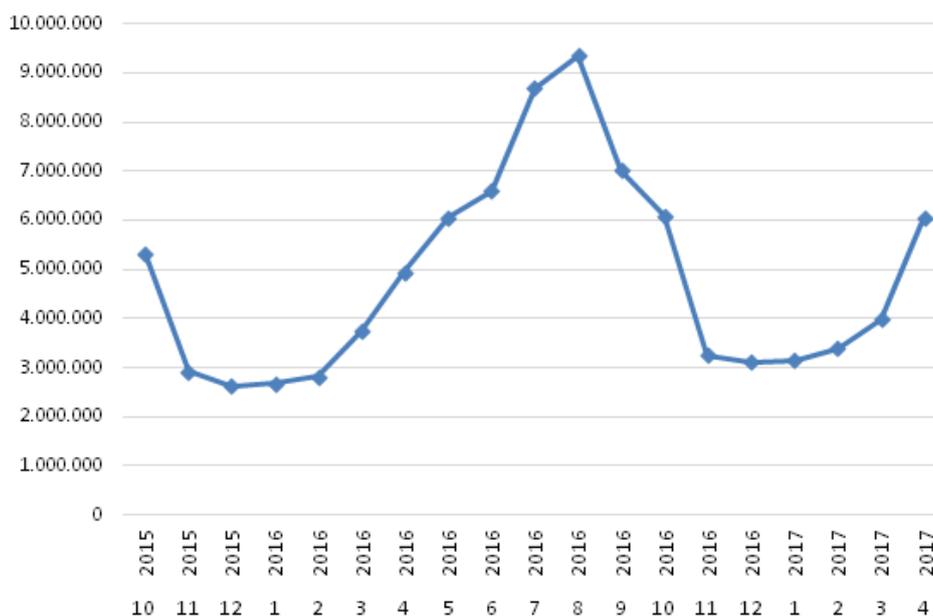


Figura 2. Fuente INE

En la figura 2 presento el número de turistas mensuales entre octubre de 2015 y Abril de 2017, incluyendo sólo a visitantes que pernoctan al menos una noche, y que declaran ocio o vacaciones como el motivo de su visita a España. Aquí se puede observar la fuerte estacionalidad del turismo, con más de 9 millones de turistas en agosto, comparado con unos 3 millones mensuales en los meses de invierno (Noviembre a Febrero).

La misma fuente nos informa de que las principales regiones elegidas por los turistas en 2016 fueron Cataluña, Canarias y Baleares, seguidas de Andalucía (ver figura 3). Seis Comunidades (las mencionadas, más la Comunidad Valenciana y la de Madrid) acaparan el 93% de las visitas.

Figura 3. Número de turistas extranjeros por Comunidad Autónoma en 2016

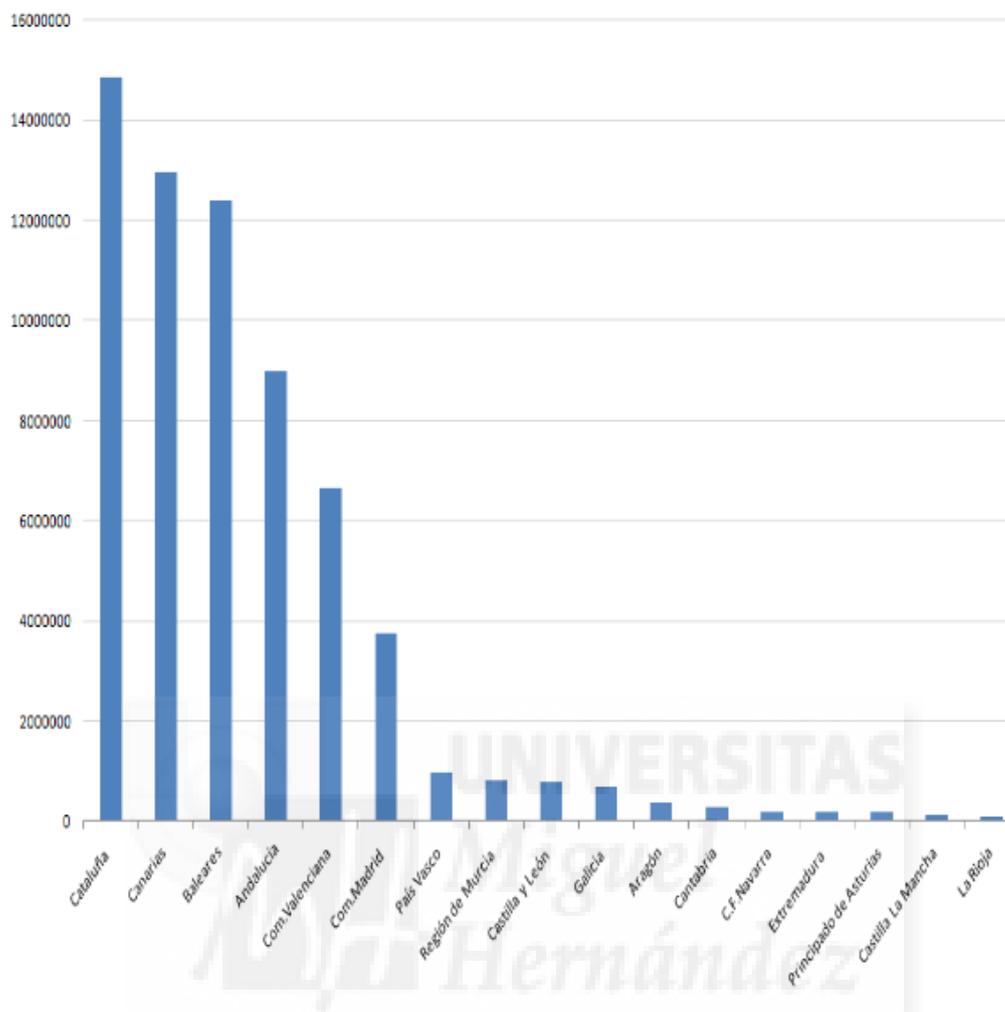


Figura 3. Fuente INE

A nivel local, entre los municipios con mayor afluencia de turistas extranjeros (en volumen absoluto) se encuentran Barcelona y Madrid, Palma de Mallorca, Ibiza, Tenerife y las Palmas de Gran Canaria. Por volver al ejemplo inicial, la ciudad de Barcelona recibe cada mes de Julio un millón y medio de visitantes extranjeros, para una población residente de 1.6 millones.

La Comunidad Valenciana se encuentra en quinto lugar en cuanto a la afluencia de turistas extranjeros con más de 6 millones de turistas extranjeros.

Con respecto a los países de origen, los países que nos envían a más turistas son, con diferencia, Reino Unido, Alemania y Francia (el 55% de todos los turistas internacionales, entre los tres). España recibió más de 16 millones de turistas de Reino Unido en 2016, 10 millones de alemanes, y 9 millones de franceses.

Figura 4. Países de procedencia de los turistas en 2016

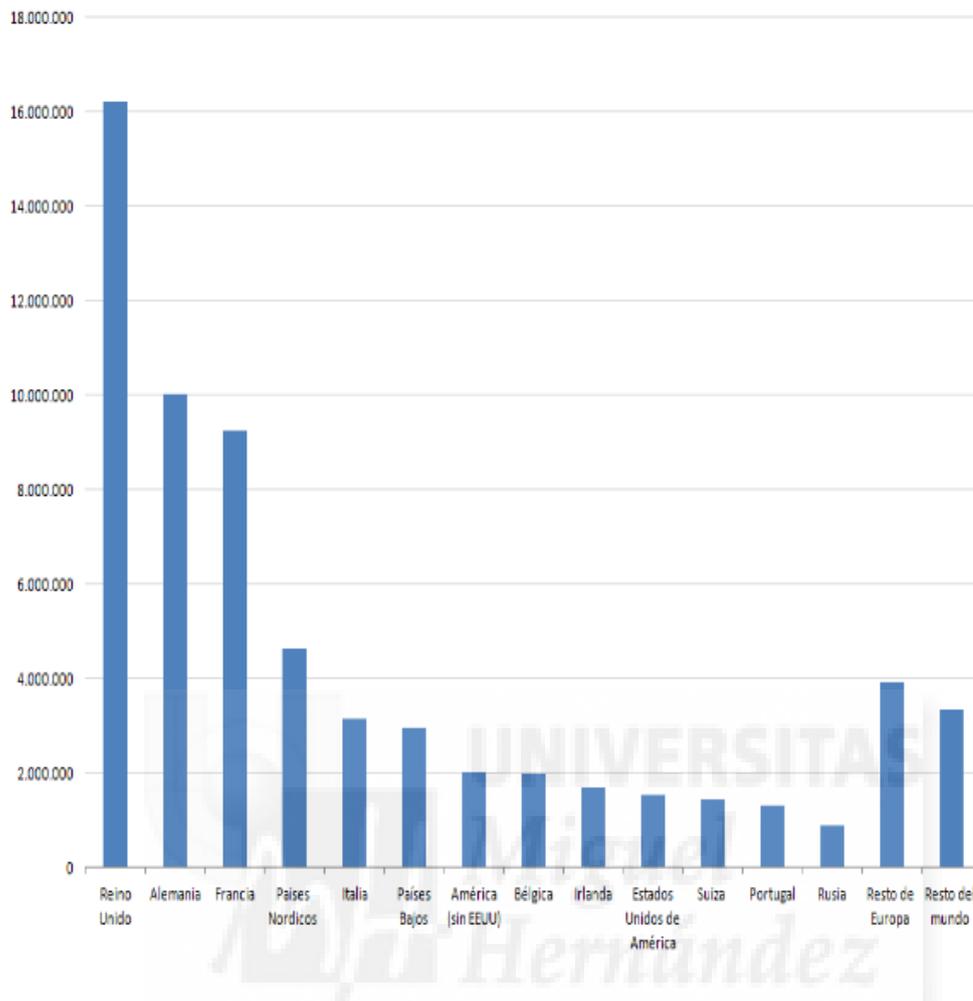


Figura 4. Fuente INE

Valoración turística empresarial del tercer trimestre (verano) de 2017 según Exceltur:

- Septiembre de 2017 cierra una excelente temporada veraniega para el conjunto de España muy marcada por varios incidentes superpuestos, que han afectado en especial a Cataluña (contestación social al turismo, huelgas en El Prat, atentado del 17-A y desafío soberanista) y que sobre todo en esa última comunidad, puede lastrar sustancialmente su futuro turístico a corto.
- Crece la actividad turística con una mejoría de resultados para el 64% de las empresas (más por unos mejores precios que por mayor afluencia/pernoctaciones). Sube un 6,8% el gasto medio por turista extranjero y mejora el turismo de negocios. Se genera un 4,6% más de empleo. De nuevo, el turismo es el principal sector generador de empleo con 76.091 personas más a 30/09/17.

- Se recuperan los competidores del Mediterráneo (Turquía + 45% y Egipto +44 %). Sube la demanda extranjera y las llegadas de rusos, países del Este, nórdicos y larga distancia. Se acusa el Brexit en UK y caen franceses e italianos muy propensos a viajar al Norte de África. El mercado interno se ralentiza para los destinos españoles y se acelera para las salidas al exterior.
- Apenas impactan los atentados del 17-A en Cataluña. Lo acusaron un 47% de empresas, un 77% con caídas del negocio a corto de menos de un 5% y en septiembre un 74% de ellas ya se habían recuperado. Para un 42% de las empresas, se pueden ver afectadas las reservas de turistas individuales y de ocio de larga distancia hacia Barcelona, hacia el final de año.
- El PIB turístico del 3er trimestre creció un 4,2%. Destacan como subsectores los hoteles urbanos, los de costa y el sector del ocio.

Por CCAA destaca la rentabilidad de Baleares y el crecimiento de Madrid, Galicia, Cantabria y Cataluña hasta el 1-O.

Perspectivas para el cuarto trimestre y el cierre de 2017 según Exceltur

- Posible enfriamiento y más cautela empresarial de cara al 4º trimestre. Los empresarios que esperan incrementar sus ventas en el 4º trimestre descienden al 52,0% y en relación con resultados al 45,6% frente al 59,3% y el 63,9% en el 3er trimestre del año.
- Los principales factores que sustentan esas cautelas son: ralentización del consumo turístico de los británicos, recuperación de los destinos turísticos del Mediterráneo Oriental, Norte de África y principales ciudades europeas y las caídas de actividad y empleo en Cataluña, como consecuencia de la gran inestabilidad surgida tras el 1-O.
- Dada la inestabilidad que ya se prevé, que afectará a la demanda turística en Cataluña en el 4º trimestre y el peso que tiene esta CCAA sobre el total del sector turístico español, estimamos que el crecimiento del PIB turístico para el conjunto de España que ya habíamos anticipado que sería del 4,1% al cierre del año, puede quedarse en un 3,1%.

-Valoración turística empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2018 según Exceltur.

- La actividad turística sigue dinámica en el inicio de 2018, dentro de una senda de normalización con un crecimiento más moderado y más acorde a los

fundamentos del ciclo económico. El PIB turístico crece un +3,4% en el primer trimestre, respecto a las atípicas tasas del +5,0% que veníamos registrando en los dos últimos años.

- La Semana Santa se cierra con un balance positivo (el 73,0% de las empresas mejora sus resultados y el 65,3% sus ventas), gracias al tirón de la demanda española y a pesar de las adversas condiciones meteorológicas y su comparación con una Semana Santa de 2017 celebrada en el mes de abril. Su adelanto a marzo hace que repunte la generación de empleo turístico.

- La demanda extranjera ralentiza notablemente sus ritmos de crecimiento en afluencia respecto a los excepcionales registros que ha venido mostrando los tres últimos años; sus pernoctaciones totales no crecen (0,0%) y las realizadas en la oferta alojativa apenas tampoco (+0,1%) en enero y febrero, a pesar de la mayor llegada de turistas (+3,9%). Las principales tendencias de estos meses se resumen en:

- o Una nueva e intensa caída de la estancia media (-3,7%)

- o Un fuerte crecimiento de la demanda extranjera hacia los destinos de interior y las ciudades, impulsado por el incremento de la conectividad, principalmente aérea. Los mayores exponentes son:

Palma de Mallorca (+23,5% en pernoctaciones), Valencia (+20,1%), Sevilla (+13,7%), Murcia (+23,5%), Coruña (+22,0%), San Sebastián (+5,2%) y Madrid (+3,9%)

- o Una notable recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental a ritmos por encima del 37%. En enero y febrero, la llegada de turistas a Turquía y Egipto aumenta un 42,8% (recuperan 1,2 millones de turistas), afectando a la contratación anticipada de algunas zonas de Canarias y de Baleares.

- o Fuerte aumento de los mercados de mayor gasto en destino (Estados Unidos +15,2% en pernoctaciones, los mercados sudamericanos +6,0%, China +24,7% en turistas, Rusia +14,2%, y los países nórdicos +3,1%), mientras se resienten los mercados europeos tradicionales (Italia -4,7%, Reino Unido -3,3% y Alemania -2,9%).

- Se mantiene el positivo aumento del gasto en destino de la demanda extranjera (+4,9% el total, +4,9% el ingreso por turista y día y +1,0% del ingreso por turista) que, de consolidarse en los próximos meses, revelaría una más sostenible y socialmente más aceptable estrategia de crecimiento del conjunto del sector turístico español; crecer por ingresos y no tanto por afluencia.

- Notable dinamismo de la demanda española en este inicio del año (las pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas suben un +2,4%, las pernoctaciones en el total de la oferta reglada un +4,2%, los vuelos interiores un 15,7% y los pagos por viajes turísticos al exterior un +9,5%) y muy buenas perspectivas para los próximos meses, que compensaran el menor empuje extranjero.
- El balance empresarial de este período derivado de la Encuesta de Confianza de Empresarial de EXCELTUR cerrada el pasado 8 de abril de 2018 refleja, en general, un positivo escenario para las empresas turísticas españolas; el 48,6% vuelve a incrementar sus ventas y el 43,8% sus resultados en el primer trimestre de 2018 respecto a un ya muy buen trimestre de 2017. Empresas de transporte, hoteles urbanos, agencias de viajes, e instituciones y empresas de ocio, los sectores más favorecidos por los condicionantes de este inicio de 2018.
- Aragón, Madrid y los destinos levantinos, andaluces, extremeños y gallegos, a la cabeza del balance empresarial de los primeros meses del año turístico 2018, con cerca del 67,4% de sus empresarios turísticos mejorando sus resultados respecto a los registros de 2017. Mientras, la recuperación de la confianza empresarial y la actividad turística en Barcelona sigue siendo lenta, el 55,3% de los empresarios registraron resultados por debajo de los niveles del primer trimestre de 2017.

Perspectivas para el segundo trimestre y el conjunto de 2018 según Exceltur.

- Se ralentizan las expectativas de mejora de resultados en el segundo trimestre del año a pesar del aumento de ventas; la mitad de los empresarios turísticos descuentan repetir los positivos registros de los excepcionales meses primaverales de 2017. El 60,9% de los empresarios turísticos españoles anticipan una mejora interanual de sus ventas en el segundo trimestre de 2018, que en el 38,9% de los casos se traducirá en mayores niveles de resultados y en el 47,9% posibilitarán repetir los positivos resultados de los meses primaverales de 2017.
- La confirmación de las perspectivas de evolución de la actividad turística en el inicio de 2018 afianza la previsión de crecimiento de la actividad turística que presentamos en el mes de enero, cifrada en un aumento del 3,3% del PIB turístico. Ello supone un desempeño de nuevo por encima del que el Banco de España estima para el conjunto de la economía española (+2,7%), si bien dentro del contexto de normalización de la dinámica de crecimiento del sector turístico español que apunta este año 2018.

4.5 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Según el Diario Información de 21 de enero de 2018, en la Comunidad Valenciana, el sector turístico aporta el 13,8% del PIB y da empleo al 14,1% de la población. Es una región con un mercado turístico eminentemente receptor, es decir, llegan más viajeros de los que salen de sus límites regionales.

La Comunidad Valenciana ha tenido en Fitur la primera cita destacada del año para el sector turístico. Bajo la dirección y el liderazgo de la Agencia Valenciana del Turismo se muestra a la Comunidad como una tierra hospitalaria y abierta.

La Comunidad Valenciana cierra 2017 con un balance de nueve millones de turistas internacionales y un gasto turístico aproximado de unos 8.700 millones de euros. El desembolso medio por visitante se ha incrementado en más de siete puntos y el turismo de negocios ha crecido un 50,8% durante este ejercicio, según las previsiones de la Agencia Valenciana de Turismo.

La región concluye así un año con "cifras históricas jamás registradas en nuestro destino", ha destacado en un comunicado el secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer.

Las previsiones del departamento, basadas en los datos estadísticos oficiales publicados, indican que los departamentos hoteleros cerrarán el ejercicio con más de 28,8 millones de pernoctaciones, mientras que la oferta extrahotelera se sitúa en torno a 20,3 millones.

Hasta octubre, la Comunidad ha recibido alrededor de ocho millones de turistas extranjeros, un 15,9% más que en el mismo periodo del año anterior. Estos visitantes realizaron un gasto turístico de un total de 7.674 millones de euros, el mayor incremento entre los principales destinos turísticos de España.

Así, según los datos de Turespaña y el Instituto Nacional de Estadística (INE), el gasto medio por turista en los primeros diez meses del año se ha elevado en más de siete puntos, uno de los "grandes retos" de Turismo. En la misma línea de crecimiento, segmentos desligados de la temporada alta como es el turismo de negocios han acumulado un incremento del 50,8% interanual.

Respecto a los mercados internacionales, el principal emisor, Reino Unido, ha registrado una subida del 15,3% hasta octubre. Un resultado que, para el secretario autonómico, "avala la fidelidad del turismo británico al destino Comunidad Valenciana, ajeno al Brexit".

Otro de los resultados de 2017 en el que Colomer ha hecho hincapié es el crecimiento de la rentabilidad hotelera, ya que durante los primeros diez meses del año ha aumentado un 7,4%, tanto por el aumento de la facturación (5,7%) como del grado de ocupación por habitaciones (2,8%).

La evolución positiva del turismo en la región también se ha traducido en un incremento del empleo, con un crecimiento interanual del 5,5% en el número de afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico.

Según el periódico de la Vanguardia de 4 abril de 2018, la Comunidad Valenciana fue la segunda con un mayor aumento de turistas internacionales en los dos primeros meses de este año, ya que crecieron un 7'8 por ciento más, solo por detrás de la Comunidad de Madrid, donde el aumento fue del 8'1 por ciento.

El gasto de los turistas extranjeros en la Comunidad aumentó en ese periodo un 2'4 por ciento, con 436 millones de euros, y se situó de media en 970 euros por turista. (Diario información de 21 de enero de 2018).

4.6 TURISMO CULTURAL. EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DEL TURISMO CULTURAL.

El turismo ha estado, desde siempre, muy vinculado al patrimonio y a la cultura de un destino. Este vínculo se hace todavía más fuerte a partir de los años 70, cuando la UNESCO desarrolló la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural”, que reconocía el deterioro del patrimonio a nivel mundial y se proponía conservarlo de forma activa y favorecer el conocimiento y reconocimiento de este legado para las generaciones futuras.

Evolución del turismo cultural

Tanto la oferta, como la demanda de turismo cultural han evolucionado en las últimas décadas. La Organización Mundial del Turismo, estima que el turismo cultural representa cerca del 37 % del total del sector turístico y que va a tener unos crecimientos anuales de en torno al 15 %.

Entre las razones que explican el aumento de la demanda de turismo cultural, podemos destacar algunas:

- Mayores niveles de educación a nivel mundial, que provocan un aumento general del interés por la cultura.
- Envejecimiento de la población (principalmente en Europa y Norteamérica), que genera mayor demanda de productos y experiencias culturales.
- Nuevos flujos turísticos de mercados emergentes (como China, Rusia o India) que quieren ver los principales recursos culturales de los destinos que visitan.
- Desarrollo de empresas culturales y un crecimiento en la oferta de actividades y recursos culturales.
- Proyectos de regeneración urbanística que han convertido edificios antiguos (antes sin uso turístico) en centros y espacios culturales.
- Auge de internet que ha facilitado el consumo de turismo cultural.
- Mayor promoción por parte de las grandes instituciones culturales, que antes veían su rol limitado solo a la conservación del patrimonio y ahora ven en la difusión y la explotación turística, una de sus principales obligaciones.

Impacto y beneficios del turismo cultural

El turismo cultural contribuye al desarrollo económico de un destino, pero también a la integración social y al acercamiento entre los diferentes pueblos.

La otra gran ventaja que tiene el turismo cultural es su falta de estacionalidad ya que se desarrolla a lo largo de todo el año. Esto fomenta que el empleo asociado al turismo cultural sea más estable que en otros segmentos.

Pero el desarrollo turístico de estos recursos patrimoniales e históricos se tiene que hacer de una forma planificada, responsable y controlada, para no poner en peligro el futuro de los recursos disponibles. En definitiva, es fundamental desarrollar una gestión sostenible del turismo cultural.

Evolución del concepto de oferta cultural

El concepto de lo que se entiende por turismo cultural ha ido variando con los años. Si antes estaba exclusivamente relacionado con el patrimonio histórico artístico, hoy el concepto de recurso cultural es mucho más amplio y engloba tanto elementos materiales como inmateriales, incluyendo, por ejemplo, danzas tradicionales, artesanía, gastronomía local o técnicas textiles o agrícolas.

Perfil de los turistas culturales

En general, los turistas culturales se destacan por las siguientes características:

- Son gente educada y formada (muchos de ellos con educación superior).
- Cubren todos los segmentos de edad.
- Suelen tener un alto gasto turístico.
- Están interesados en productos turísticos como la gastronomía y las compras.
- Se sienten preocupados por el medio ambiente.
- Aprecian las diferencias culturales entre países.
- Viajan de manera frecuente.
- Son clientes exigentes que buscan calidad y comodidad.
- Y demuestran interés por conocer a la población local y su forma de vida.

Tendencias del turismo cultural

Voy a repasar ahora brevemente, algunas de las tendencias que se están apreciando en el segmento de turismo cultural.

Edutenimiento – Hoy, para mucha gente, la cultura se entiende como una mezcla de elementos culturales, educativos y de entretenimiento.

Nuevas motivaciones – Una nueva motivación para viajar es la asistencia a grandes eventos culturales (como pueden ser grandes exposiciones, conciertos musicales y otras representaciones culturales).

Experiencias – Muchos turistas (sobre todos los jóvenes, los denominados Millennials) quieren que la experiencia cultural sea mucho más interactiva,

pudiendo participar de forma activa. No quieren ser simples espectadores cuando viajan, sino protagonistas de su propia experiencia cultural.

Inmersión – Para ello, muchos turistas tienen interés en aprender danzas locales, gastronomía, artesanía o deportes autóctonos, que les aporten una experiencia vital, relacionada directamente con el lugar que visitan.

Interactividad – Los museos se vuelven más interactivos, programando actividades y talleres para adultos que les permitan “aprender” y “experimentar” la cultura, de una forma diferente y más lúdica.

City Break – En la última década han crecido mucho los viajes “city break”, escapadas cortas de 2-3 días para conocer una ciudad y con la cultura como una de sus principales actividades.

Nuevas temáticas – Mucha oferta cultural nueva está hoy más relacionada con la cultura contemporánea (diseño, arquitectura, gastronomía o diversidad cultural), que con el patrimonio histórico artístico.

Tecnología – El uso de las nuevas tecnológicas puede cambiar radicalmente la experiencia de los productos culturales. Elementos como las pantallas táctiles, el envío de mensajes basados en geoposicionamiento, la realidad virtual, los hologramas o el uso de robots, pueden transformar la forma en que consumimos cultura.

Peligros y amenazas del turismo cultural

Algunas amenazas que sufre el turismo cultural:

Mercantilización de la cultura – la oferta cultural no se basa solo en la esencia abstracta de la belleza o el talento del autor, sino en su capacidad de generar interés y atraer a público.

Banalización de la cultura – cuando el turismo masivo lleva a la escenificación y teatralización de tradiciones y costumbres locales, exclusivamente para su consumo por los turistas.

Gentrificación – proceso por el que, fruto de una regeneración urbana, la población original de una zona o barrio deteriorado (que ha mejorado), es desplazada por otra población de mayor nivel adquisitivo, según se va renovando la zona.

Sobreoferta cultural – un problema que se ve en muchos destinos ha sido el incremento exponencial de su oferta de espacios culturales (que muchas veces está por encima de la demanda). Muchas ciudades han construido en los últimos años, grandes recintos y equipamientos culturales muy llamativos (y caros), donde la arquitectura es ya de por sí un reclamo.

Este crecimiento de la oferta de recursos culturales hace que muchos de estos nuevos espacios estén medio vacíos y se tengan que sostener económicamente, principalmente de las subvenciones públicas. Si se quiere poner en marcha con éxito, un nuevo recinto cultural, hay que ser muy creativo e innovador en la propuesta cultural que se hace y buscar usos alternativos que permitan generar ingresos atípicos y hacer el equipamiento cultural más sostenible económicamente.

Descoordinación – En muchos destinos existe una falta de coordinación entre las instituciones públicas relacionadas con la cultura y las relacionadas con el turismo, lo que resta potencial de posicionamiento internacional. También hay que fomentar la colaboración público-privada que genere sinergias y mayor proyección internacional.

Pérdida de identidad – la masificación de ciertos sitios históricos puede hacer que se pierda la atmósfera casi mística que los caracteriza, lo que les resta valor turístico. (Web aprendedeturismo.org. 2018).

4.7 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA CULTURAL

Según la Guía de Actividades empresariales de la Generalitat Valencia del Turismo Cultural, se debe tener en cuenta que la modalidad de Turismo Cultural es relativamente reciente dentro del ámbito de la Comunidad Valenciana.

Parte de la definición de **Turismo Cultural**. La Organización Mundial del Turismo (OMT) propone la siguiente definición:

“El movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones “

Según la investigadora Diana Guerra Chirinos, el Turismo cultural hay que entenderlo como aquel segmento de mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y de entender el mundo.

El Fórum de Barcelona aporta también su visión de esta modalidad turística:

“El turismo cultural está basado en la existencia de un patrimonio cultural presente en todas las sociedades. Entendemos por patrimonio en su sentido más amplio, que comprende los bienes materiales móviles y el patrimonio inmaterial compuesto por las manifestaciones de cultura tradicional y popular.”

Desde esta perspectiva, hemos de entender el concepto de patrimonio en su sentido más amplio, en el que tienen cabida y se mezclan tanto aspectos culturales como naturales: monumentos, paisajes, gastronomía, música, fiestas populares, artesanía, etc. Es decir, los aspectos propios que identifican definen y distinguen a una comunidad.

Entre los factores que están posibilitando el desarrollo del turismo cultural, cabe señalar:

1.- Cambios experimentados por la demanda turística: el viajero que se desplaza en vacaciones o en espacios de tiempo más cortos, ha variado el uso y disfrute de su tiempo de ocio, dedicando más horas a la visita de monumentos, museos y espacios culturales. De forma cada vez más frecuente, el visitante busca nuevas formas de satisfacer sus expectativas de ocio y esparcimiento, en una mezcla de vacaciones, turismo y enriquecimiento cultural, llegando incluso a ser este último, en ocasiones, el móvil principal del propio desplazamiento.

2.- La existencia de proyectos dirigidos a la recuperación, puesta en valor y explotación del patrimonio como recurso económico, tanto en el entorno urbano como rural. Así, en diversos puntos de la geografía valenciana existen muestras de iniciativas llevadas a cabo por las diferentes administraciones y que van desde la rehabilitación de elementos del patrimonio civil, religioso o etnográfico, hasta la puesta en marcha de circuitos culturales (teatro, danza, exposiciones itinerantes, etc.).

El Turismo Cultural, como otras modalidades de turismo especializado (turismo náutico, turismo activo, turismo urbano, de congresos, etc.), se trata, por el momento, de un producto emergente y minoritario. Como resultado del carácter novedoso de la actividad, la mayor parte de las Comunidades Autónomas no han desarrollado normas específicas que contemplen y delimiten las facultades y características de las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos de carácter cultural. Sin embargo, cada día son más las empresas privadas cuyo objeto social principal es la prestación de este tipo de servicios, cuya oferta se basa en los siguientes productos genéricos:

- Rutas culturales.
- Visitas guiadas.
- Itinerarios temáticos.
- Rutas gastronómicas, religiosas, programas musicales, etc.
- Servicios complementarios (reservas y contratación de otros servicios)
- Formación complementaria para escolares, etc.

Francisco León Raposeiras, consultor turístico y gestor cultural, expuso, en el 2003 durante el II Congreso Virtual Internacional de Turismo Cultural, las siguientes ventajas del Turismo cultural:

1. Relación transversal con otras tipologías: Las motivaciones que llevan a realizar viajes no son unidimensionales, sino que dentro de un mismo viaje se realizan, directa o indirectamente, varias actividades.

Este carácter múltiple de las motivaciones es lo que confiere una gran ventaja al Turismo Cultural, ya que éste aparece como producto complementario en las muchas de las tipologías turísticas que existen:

| TIPOLOGÍA TURÍSTICA | MOTIVACIÓN PRINCIPAL | VINCULACIÓN CON LA CULTURA |
|------------------------|--|---|
| Turismo Rural | Conocer entornos naturales y rurales, experiencias extraurbanas. | <p>Visitas a monumentos y museos.</p> <p>Conocimiento profundo de la gastronomía.</p> <p>Adquisición de productos tradicionales.</p> <p>Conocimiento de espacios naturales.</p> <p>Fuerte interacción social y cultural.</p> |
| Turismo de Sol y Playa | Descanso, buen clima, diversión, sol y playa. | <p>Interacción social y cultural.</p> <p>Adquisición de productos tradicionales.</p> <p>Adquisición de artesanía.</p> <p>Conocimiento de la gastronomía.</p> <p>Visitas a monumentos y museos.</p> <p>Asistencia a actos y fiestas.</p> |
| Turismo Residencial. | Descanso en 2ª vivienda, visitas a amigos y familiares. | <p>Visitas a monumentos y museos.</p> <p>Fuerte integración social con el destino.</p> <p>Conocimiento de cultura y tradiciones locales.</p> |
| Turismo de Congresos | Asistencia al Congreso | <p>Actividades complementarias para participantes y acompañantes.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | Gastronomía local. Conocimiento general del destino y recursos culturales Visitas a museos y Monumentos |
|--|--|---|

Como podemos observar en este cuadro, el Turismo Cultural aparece vinculado a otras tipologías en donde los turistas realizan de forma complementaria un dispendio cultural. Esto implica que la cultura es un bien de consumo de primer orden, ya sea como motivo principal o secundario del viaje. Por lo tanto, se debe hacer una oferta de calidad.

2. Multiterritorialidad: al contrario que en el turismo recreativo, el producto principal de la oferta del turismo cultural puede hallarse en cualquier territorio. No es un recurso natural o geográfico. Los monumentos, ruinas, restos arqueológicos, museos o tradiciones populares son fruto de la acción humana. Por otra parte, y al igual que en el caso del turismo de masas, para poder configurar la oferta, los recursos deben ir acompañados de un cinturón de servicios que garanticen la estancia y las comodidades de los visitantes: restaurantes de comida típica, tiendas de artesanía, alojamientos de carácter tradicional, etc. De esta forma, aquellas localidades carentes de recursos clásicos de atracción turística ven ahora, en la revalorización y el aprovechamiento de su patrimonio, un elemento de atracción turística y desarrollo económico. Ya no es un fenómeno único de las costas, sino que puede llegar a zonas antiguamente deprimidas aportando los efectos positivos que implica: reactivación y diversificación de la economía, generación de empleo, incremento de la renta de la población local, mantenimiento de la población rural y equilibrio territorial.

3. Turismo activo: coincide con uno de los principales cambios de la demanda. La búsqueda de actividades para realizar en el tiempo de ocio, una mayor experiencia e implicación total con el destino, perfila al turismo cultural en uno de los preferidos. La asistencia a exposiciones y monumentos, conocer la gastronomía y artesanía local, conocer y participar en las fiestas tradicionales, etc., suponen en muchas ocasiones la creación de negocios, lo que implica una reactivación económica y social.

4. Mayor gasto: según algunos estudios de mercado, los turistas culturales gastan el doble que el turista medio debido a que su poder adquisitivo es medio, medio– alto. Además tienen un buen nivel de repetición lo que implica una mayor rentabilidad.

Actualmente la Comunidad Valenciana sufre una carencia de legislación y de posicionamiento de este tipo de empresas.

Un primer tipo de empresa cultural sería la agencia de viajes especializada, ya que de acuerdo con la legislación vigente (Decreto 42/2001 del 1 de febrero), una empresa de turismo cultural deberá darse de alta como agencia de viajes, ya que estas empresas son las únicas que tienen atribuidas facultades para ofertar paquetes turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.) y contratar determinados servicios que te detallamos anteriormente.

El segundo perfil, sería una empresa de servicios turísticos que no coordina ni alojamiento ni transportes. En caso de establecer estos servicios, se debería establecer relaciones comerciales con una empresa mayorista que se encarga de completar el paquete turístico, o tus propios clientes y proveedores facturarían el importe.

En la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) se puede dar de alta en el grupo que incluye las actividades empresariales diversas. (74.8). Existe otro sistema de clasificación de las actividades empresariales menos utilizado llamado SIC (Standard Industrial Classification). De acuerdo con este sistema, la actividad se encuadra en el epígrafe 73.89. Otros servicios empresariales. O bien, por otra parte, en el grupo que reconoce a las Agencias de Viajes (47.22)

A continuación, se presenta las características básicas de la empresa tipo de turismo cultural en la Comunidad Valenciana:

| CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE UNA EMPRESA DE TIPO CULTURAL. | |
|--|---|
| CNAE / SIC | 74.84/ 73.89/ 63.302 |
| IAE | 9669 (OTROS SERVICIOS CULTURALES) |
| Condición jurídica | Sociedad Limitada. |
| Facturación | 208.573 euros |
| Ubicación | Centro Urbano |
| Personal | El emprendedor, un administrativo y un comercial apoyo externo de guías turísticos. |
| Instalaciones | 90 metros cuadrados |
| Clientes | Ayuntamientos, Mancomunidades, Asociaciones y Fundaciones, centros escolares, agencias de viaje, empresas de alojamiento. |
| Cartera de productos | Diseño de Rutas turísticas: local, comarcal, provincial o/y regional. Guías Culturales, didácticas |

| | |
|----------------------------|--|
| | gastronómicas o de ocio nocturno. Organización de eventos. Edición de Guías, Folletos, Postales. |
| | |
| Herramientas promocionales | Folletos, cartelería, "mailing" y página web. Anuario de promoción turística |
| | |
| Valor de la inversión | 23.550 euros |
| Importe de gastos | 201.055 euros |
| Resultado bruto | 3,60% |

4.8 LA COMARCA DE LA VEGA BAJA DEL SEGURA

La Vega Baja del Segura es una comarca de la Comunidad Valenciana, España, situada en el extremo sur de la provincia de Alicante, en el límite con la Región de Murcia.

Su ciudad más importante históricamente, es Orihuela. Esta ciudad, situada en la llanura, forma parte del municipio más extenso de la comarca y es el segundo en población, con 80.359 habitantes (INE 2016). La ciudad de Torrevieja, situada en la costa comarcal es la primera en población con 84.213 habitantes (INE 2016).

La comarca está formada por 27 municipios, repartidos en dos partidos judiciales: Orihuela y Torrevieja.

El relieve de la comarca está formado por la vega del curso bajo del río Segura, cuyo aprovechamiento es agrícola en regadío, principalmente huertas que contrasta la aridez de las zonas montañosas con algunos cultivos de secano. A ambos lados de su desembocadura, la comarca se abre al mar, cuyo litoral pertenece a la Costa Blanca.

La lengua predominante en la comarca es el castellano. En el municipio de Guardamar del Segura se habla también valenciano.

Municipios:

| MUNICIPIOS | POBLACIÓN |
|-----------------------|-----------|
| TORREVIEJA | 84.213 |
| ORIHUELA | 80.359 |
| PILAR DE LA HORADADA | 21.348 |
| ALMORADÍ | 20.138 |
| CALLOSA DE SEGURA | 18.497 |
| ROJALES | 17.622 |
| GUARDAMAR DEL SEGURA | 15.386 |
| ALBATERA | 11.756 |
| CATRAL | 8.551 |
| REDOVÁN | 7.765 |
| SAN FULGENCIO | 7.384 |
| DOLORES | 7.264 |
| COX | 7.193 |
| SAN MIGUEL DE SALINAS | 6.993 |
| BIGASTRO | 6.724 |
| BENEJÚZAR | 5.364 |
| LOS MONTESINOS | 4.912 |
| RAFAL | 4.218 |
| FORMENTERA DEL SEGURA | 3.995 |
| ALGORFA | 3.222 |
| BENIJÓFAR | 3.163 |
| GRANJA DE ROCAMORA | 2.461 |
| JACARILLA | 1.953 |
| BENFERRI | 1.920 |
| SAN ISIDRO | 1.915 |
| DAYA NUEVA | 1.750 |
| DAYA VIEJA | 572 |

Datos de 2016. En número de habitantes.

Se destaca que la población de Jacarilla es de 1953 habitantes, el cuarto menos poblado. Las menos pobladas son Daya Vieja y Daya Nueva. La población con más habitantes es Torrevieja con 84.213 habitantes y le sigue Orihuela con 80.359 habitantes.

Geografía de la Comarca de la Vega Baja del Segura.

La comarca de la Vega Baja del Segura se corresponde con la Zona Geográfica de la Huerta de Orihuela, la zona de regadío más importante de la provincia de Alicante, con más de 275.000 habitantes y que debe su riqueza a las aguas del río Segura que fertilizan la huerta oriolana.

La Vega Baja limita al norte con el Vinalopó Medio y el Bajo Vinalopó, al este con el Mar Mediterráneo y al oeste y al sur con la Región de Murcia (concretamente con las comarcas del Mar Menor y de la Huerta de Murcia). Comprende el curso bajo del Segura y territorios adyacentes. Se distinguen claramente tres zonas en la Vega Baja:

- la central, que es la propia huerta del Segura: llana y fértil dedicada a la agricultura de regadío con población densa pero dispersa.
- el interior, más montañoso, con grandes explotaciones agrícolas y escasa población.
- la costa, dedicada al turismo.

La costa

La costa está ampliamente edificada debido al gran «boom» turístico y residencial. Sin embargo aún conserva importantes enclaves vírgenes como las dunas de Guardamar, Sierra Escalona, la Pinada y Dehesa de Campoamor y diversos barrancos y calas de mucho interés.

Entre las edificaciones y urbanizaciones que han proliferado en la costa se debe de incluir 3 campos de golf que cuentan en la actualidad con 18 hoyos cada uno, teniendo un total de 54 hoyos en un área de 1.700.000 metros cuadrados configuran tres excelentes campos de reconocido prestigio internacional, sede de importantes torneos europeos.

En su territorio se distribuyen un buen número de urbanizaciones de amplitud muy diversa. Asimismo, de entre todas sus playas un gran número de ellas han conseguido en 2008 la bandera Azul de los mares limpios de Europa y la Bandera Qualitur de la Generalidad Valenciana.

4.8.1 TURISMO Y OCIO EN LA COMARCA DE LA VEGA BAJA DEL SEGURA.

La Comarca de la Vega Baja está dotada de una gran oferta para el disfrute del turismo y el ocio, ofreciendo una extensa variedad de posibilidades.

Podemos descubrir magníficos parajes, tanto a lo largo del interior como a lo largo de la costa, por medio de inolvidables rutas. Además, se pueden planificar actividades al aire libre en las numerosas zonas de recreo, pudiéndose practicar la escalada en la sierra de Orihuela y la de Callosa

La oferta deportiva existente en la comarca de la Vega Baja es muy amplia y ofrece un gran número de instalaciones deportivas para realizar prácticamente todos los deportes y diferentes actividades, que permitirá practicar deporte tanto al deportista aficionado como al de élite, disfrutando de actividades desde por la mañana hasta la noche.

Comenzamos por los deportes náuticos, que se pueden practicar en las localidades de la Costa. En todas ellas existen puertos deportivos con una gran gama de posibilidades: navegación a vela en sus diferentes modalidades, windsurf, remo, piragüismo, el submarinismo o pesca. La Comarca de la Vega Baja dispone también de campos de golf, emplazados en un paisaje típicamente mediterráneo. Esta comarca es un destino idóneo para disfrutar del mejor golf bajo un clima excelente durante todos los días del año.

La oferta deportiva se completa con unas buenas instalaciones de polideportivos, pistas de baloncesto, de balonmano, campos de fútbol, piscinas al aire libre, climatizadas, pistas de atletismo, de tenis, de pádel y de frontón.

4.8.2 GASTRONOMÍA DE LA COMARCA DE LA VEGA BAJA DEL SEGURA

La comarca de la Vega Baja es rica en tradición y variedad culinaria, esto se explica por la importancia de su producción en verduras y frutas, en la zona de la huerta y su producción pesquera en la zona de la costa. Por tanto, podemos distinguir entre dos "tipos" de cocina: en la costa donde predomina la cocina de los pescados y mariscos, ya que la calidad de los pescados llamados de bahía es muy apreciada, como el pescado de roca, especial para preparar el caldo de arroz, el salmonete, la pescadilla, el lenguado y especies más selectas como los langostinos o la quisquilla. En el interior, dado que es una huerta extensa y rica que produce verduras, hortalizas y frutas en abundancia, predominan las ensaladas variadas, de alcachofas, cardo, "lisonas", apio, escarola o lechuga, teniendo gran importancia las verduras tanto en los arroces como en los guisos de olla.

Dentro de la multitud de platos típicos de la comarca, destacan aquellos que se elaboraban para los días de fiesta, como es el cocido con pelotas, el arroz con

costra, el arroz y conejo, arroz de caldero o arroz a banda. Para los días ordinarios se come: guisado de pavo, coscurrones, arroz huertano con bacalao, olla gitana, guisado de caracoles, trigo "picao", etc.

En cuanto a la repostería, a cada fiesta le corresponde su dulce. Así, en Navidad es tradición las toñas, los mantecados, pasta flora y los almendrados; en San José los buñuelos, los pasteles de gloria y las almojábanas; en Semana Santa las monas; para Todos los Santos es típico el arrope calabazate; y durante todo el año, rollos de anís, tortas de calabaza, tortas de sal, magdalenas en aceite o naranja, tortada de almendra y pan de calatrava. Quiero destacar que muchos de los dulces elaborados en la comarca tienen un origen árabe.

4.8.3 PATRIMONIO NATURAL DE LA COMARCA DE LA VEGA BAJA DEL SEGURA.

Aunque la zona central de la comarca es un valle, la Vega Baja del Segura posee varios sistemas montañosos que la atraviesan. Las más destacadas son:

- La **Sierra Escalona**.

Sierra Escalona es una amplia zona próxima al mar y con relieves de escasa altitud, situada entre los términos municipales de Orihuela, San Miguel de Salinas y Pilar de la Horadada. Conserva una importante masa forestal, más densa en barrancos y umbrías, formada principalmente por pino carrasco, madroño, coscoja, lentisco y palmito. Entre su fauna destacan las aves rapaces y algunos interesantes mamíferos como la jineta y el gato montés.⁵

En la actualidad el expediente para su declaración como paraje natural junto a la Dehesa de Campoamor, está incoado y muy avanzado⁶.⁷ Está declarada LIC)

- La **sierra de Orihuela**.

Con 634 msnm de altura en su punto máximo, la sierra de Orihuela está enclavada dentro del dominio bético. Junto con la sierra de Callosa forma una alineación montañosa compuesta por bloques de calizas dolomíticas del triásico, que emergen aisladas en medio de la llanura aluvial. Sus formas son abruptas y muy fragmentadas.

Toda la sierra presenta numerosas oquedades, abrigos y cuevas de desarrollo variable, lo que le confiere al abrupto paisaje una cierta singularidad y belleza

geomorfológica. Entre su flora destacan manchas de pinar de repoblación y abundantes especies rupícolas con algunos endemismos. Está declarada LIC.

- La **Sierra de Callosa**

Constituye un impresionante macizo rocoso enclavado en la línea divisoria de los términos municipales de Callosa de Segura, Cox y Redován, y junto con la Sierra de Orihuela, forman un importante eje en la comarca de la Vega Baja. Forma parte del sistema Bético y representa el único afloramiento de estas características en toda la Comunidad Valenciana. La sierra se yergue como un enorme monolito que asciende desde la planicie hasta los 578 metros de altura en su pico más alto llamado «La Cruz de En Medio» y, en su parte sudeste, abraza el núcleo urbano, lo que ha posibilitado su fácil acceso a través de calles y caminos. La proximidad de Callosa al Río Segura y sus fértiles huertas han hecho que, históricamente, se hayan asentado sobre las laderas de la sierra numerosas e importantes civilizaciones (culturas del Argar, ibérica, romana, musulmana, hasta nuestros días) dejando a su paso valiosos materiales de distintas épocas que se recogen en el Museo Arqueológico Municipal. La Sierra de Callosa es centro de atención para todos los ciudadanos que habitan en sus laderas, y también lo es para viajeros y visitantes que, de una forma u otra, recalán por este paraje admirando la belleza con la que se emplaza sobre el paisaje de la Vega. Gracias a sus grandes desniveles y por su altitud, nos ofrece lugares privilegiados desde los que podemos disfrutar contemplando bellísimas panorámicas. En la sierra contamos con dos lugares muy entrañables para el pueblo, como son el Santuario de San Roque y la Ermita de La Pilarica, más adentrada en la sierra, enclavada en un bello paraje para el esparcimiento.

- La **Sierra de Hurchillo**

Sierra situada entre las poblaciones oriolanas de Arneva y Hurchillo, representa uno de los relieves más característicos localizados entre la margen derecha del río Segura y el litoral alicantino.

- **El Agudo-Cuerda de la Murada.**

Zona geográfica situada entre las pedanías oriolanas de La Murada y Barbarroja. Esta zona la más septentrional de la comarca. Suponen una importante zona con multitud de barrancos, ramblas y abundantes pinares con nutrida fauna.

Otras zonas paisajísticas:

- **Palmeral de Orihuela o de San Antón.**

Importante masa forestal compuesta por palmeras datileras autóctonas. Se encuentra situado en el barrio de San Antón de Orihuela, en la falda trasera del monte de San Miguel y en la delantera de la Sierra de Orihuela. Su origen es musulmán, hecho que marcó su tramado de acequias y azarbes que surcan todo el parque. Su importancia además de cultural por ser el segundo palmeral más grande de Europa y uno de los más antiguos, es también medioambiental, al ser el único palmeral del mundo que ha surgido al abrigo de una sierra y un monte y ante una extensión húmeda como es la huerta. Su superficie se encuentra claramente delimitada por estos accidentes geográficos tan predeterminantes como son la Sierra de Orihuela, el Monte de San Miguel y la Huerta Oriolana. La convivencia de esta zona geográfica (zona muy seca como es la sierra y muy húmeda como es la huerta) han dotado al palmeral de una importancia medioambiental de gran calado. En la actualidad se tramita su Declaración como Patrimonio Mundial de la Humanidad por su importancia histórica, cultural y medioambiental como ecosistema único en el mundo.

- **Salinas de La Mata y Torrevieja.**

Las lagunas de La Mata y Torrevieja son dos lagunas catalogadas como parque natural por la Generalidad Valenciana. Este paraje de 3.743 hectáreas acoge gran variedad de flora y fauna.

Sin lugar a duda, una de las especies estrellas del parque es el flamenco, que llega a contar con 2.000 ejemplares durante la época de cría. También es importante la presencia del zampullín cuellinegro con hasta 3.000 ejemplares.

Del resto de aves también son de destacar la cigüeñuela, el tarro blanco, el aguilucho cenizo, la avoceta, el chorlitejo patinegro, el charrán común, el charrancito y el alcaraván.

- **Dunas de Guardamar.**

Este espacio forestal tiene 800 hectáreas de extensión y en su origen fue un conjunto de dunas de arena móviles, que fueron fijadas a través de la

plantación de diversas especies vegetales como pinos, palmeras, cipreses o eucaliptos.

- **Praderas de Posidonia de Cabo Roig.**

En el accidente geográfico marítimo del Cabo Roig, en la costa de Orihuela se encuentra una nutrida zona marítima correspondiente a las praderas de Posidonia. Dichas praderas constituyen un importante hábitat marino que ha sido protegido como Lugar de Interés Comunitario.

4.8.4 PATRIMONIO CULTURAL DE LA COMARCA DE LA VEGA BAJA POR SU IMPORTANCIA PARA EL TURISMO CULTURAL.

Orihuela

- **Castillo de Orihuela.** Castillo situado en la cima del monte San Miguel. Construido seguramente en tiempos del rey visigodo Teodorico, aunque otras fuentes señalan que es de origen árabe. Se encuentran en estado de deterioro, pero todavía se encuentran restos de la alcazaba, la torre del Homenaje y la zona del Baño de la Reina. Declarado Ruinas Históricas y Ruinas Gloriosas en 1931.
- **Murallas de la ciudad.** Restos de la muralla oriolana entre los que destacan los del Museo de la Muralla, la Puerta de la Olma y las diversas torres repartidas por la ciudad. Declaradas como Bien de Interés Cultural.
- **Santa Iglesia Catedral del Salvador.** Templo gótico de los siglos XIII al XV con tres naves y girola, su crucero transformado por Pere Compte a principios del XVI. Interesante rejería tanto gótica como renacentista, coro del siglo XVIII realizado por Juan Bautista Borja. Destaca el órgano, obra del siglo XVIII de Salanova, uno de los mejores de todo el levante español. Destaca la Capilla de la Comunión y la Capilla del Rosario. Declarado Bien de Interés Cultural.
- **Colegio Diocesano Santo Domingo o Colegio del Patriarca Loazes.** Antigua Universidad de Orihuela, Monumental edificio de más de 18.000 metros cuadrados donde se suceden diversos estilos pasando por el Gótico, Renacimiento, Barroco y Rococó. Constituye el Monumento Nacional más grande de la Comunidad Valenciana. Compuesto por dos claustros, tres patios, un refectorio, tres monumentales portadas y la Iglesia. Fue declarado Monumento de las Bellas Artes por la reina Isabel

- II, conmutado por Monumento Nacional, teniendo en la actualidad la consideración de Bien de Interés Cultural del Patrimonio Español.
- **Iglesia de las Santas Justa y Rufina.** Iglesia gótica de una sola nave, con capillas entre contrafuertes, portada lateral renacentista y portada principal barroca. Destacan el retablo de la Capilla de la Comunión y el órgano de estilo neoclásico del siglo XVIII. El edificio fue declarado Bien de Interés Cultural. La Sacristía es obra de Jaime Bort.
 - **Iglesia de Santiago Apóstol.** Iglesia gótica de una sola nave, con capillas entre contrafuertes, portada de estilo gótico isabelino y presbiterio renacentista. Capilla de la Comunión de estilo barroco. Destacan el órgano barroco, el grupo escultórico de "La Sagrada Familia", obra de Francisco Salzillo, así como los Santos Dominicos del mismo autor y el Apostolado de José Puchol. Fue declarado B.I.C.
 - **Santuario de Nuestra Señora de Monserrate (Orihuela).** Templo de estilo barroco realizado en el siglo XVII en sus orígenes con restos medievales de estilo gótico, al que se le contrapuso la actual nave central durante el siglo XVIII, ya de estilo neoclásico.
 - **Real Monasterio de la Visitación (Orihuela).** El Real monasterio de la Visitación de Santa María se encuentra situado en el centro del casco histórico de la ciudad de Orihuela, declarada Conjunto Histórico por el Decreto 845 de 1969, sobre la margen izquierda del río Segura. Es un edificio de gran volumen, cuyo impacto en la silueta de la población es sobresaliente y característico. Posee un gran interés tanto histórico por ser la última gran fundación de la monarquía española en la diócesis de Orihuela, baluarte en estos principios del siglo XIX del carlismo, como arquitectónico ya que nos encontramos con un edificio religioso de estilo neoclásico de gran calidad y único en su estilo en toda la comarca. Además, posee una colección pictórica de gran calidad, firmada por el pintor de cámara Vicente López, encargada expresamente para la decoración interior de la iglesia y cuenta también con la colaboración de otros importantes artistas del momento.
 - **Seminario Diocesano de San Miguel.** Construido en el siglo XVIII de estilo neoclásico. Destaca su portada principal. Posee dos portadas gemelas y sobre ella se abren dos ventanales cubiertos con dos frontones curvos.

- **Palacio Episcopal.** Palacio barroco del siglo XVIII. Destaca un pequeño claustro de estilo barroco y el hueco de escaleras, rematado en una cúpula y la portada de la Curia, donde aún se observa el escudo de uno de los últimos obispos Cartageneros. Fue el palacio donde residía el obispo de Orihuela hasta su traslado a Alicante. Será la sede del Museo Diocesano de Orihuela. Actualmente alberga el Museo Catedralicio de Arte Sacro. El monumento fue declarado Bien de Interés Cultural del patrimonio histórico español.
- **Palacio del Conde de Pino-hermoso.** Edificio del siglo XVI totalmente reformado. Destacan la fachada principal y lateral sur. En su interior se halla la Biblioteca Pública Fernando de Loaces, El archivo Histórico de Orihuela y el archivo municipal de Orihuela. Siendo estos dos últimos declarados BIC. Así mismo contiene una interesante colección de pintura compuesta básicamente por retratos de diversos tamaños, del siglo XVII y XVIII.
- **Palacio de los Marqueses de Rubalcava.** Edificio del siglo XX con una importante colección cerámica con piezas del siglo XVIII, XIX y XX. Así mismo destaca la colección pictórica con obras del s. XVII, XVIII y XIX, así como obras de la Escuela de Lorena. Se construyó imitando el esquema de los palacios barrocos oriolanos. Desde un zaguán iluminado por una cúpula neo-barroca y a través de una escalera de mármol con zócalo de azulejería se accede a la planta noble. Destaca también el mobiliario del palacio y los tapices que en él se contienen.
- **Palacio del Marqués de Arneva.** Palacio barroco, con clara jerarquización de huecos, en uno de sus laterales conserva el escudo del antiguo pósito. Asimismo, destaca el escudo nobiliario de la esquina del Palacio de la casa del Marqués de Arneva. Conserva interesantes obras pictóricas entre las que destacan las de autores como Joaquín Agrasot o Eduardo Vicente, así como la Enseña del Oriol del siglo XV y el libro de los privilegios de Orihuela. Actualmente es la sede Principal del Ayuntamiento y de la alcaldía.
- **Palacio del Marqués de Rafal.** Edificio de interés arquitectónico realizado en el siglo XIX y ampliado en el XX. Contiene en su interior interesantes obras pictóricas, así como obras escultóricas de diversos autores, entre los que destaca José María Sánchez Lozano. Contiene un

importante archivo con protocolos notariales del siglo XVII. Se encuentra situado frente al Palacio del Conde de Pino-hermoso, sede desde 1992 de la Biblioteca Pública Fernando Loaces.

- **Yacimiento de Los Saladares.** Importante yacimiento arqueológico, situado en las laderas de un pequeño cerro, en la pedanía de Los Desamparados. Abarca una amplia cronología, entre los siglos IX y IV a. C. El Yacimiento, debido a su importancia fue declarado Bien de Interés Cultural.
- **Torre de Cabo Roig.** Se trata de una torre vigía, construida como tantas otras en el siglo XVI, para prevenir los ataques de los piratas berberiscos. Es de forma cilíndrica y ataluzada en su base, sobre el talud se sitúa la puerta de acceso, así como numerosas ventanas de pequeño tamaño. Destaca en su interior la bóveda de ladrillos que separa la primera planta de la planta baja. Fue declarada B.I.C.
- **Mojones del Reino,** coloquialmente conocidos como Pinochos. Monolitos de roca mandados a construir por el rey Fernando el Católico para marcar la frontera entre los reinos de Murcia (Castilla) y Valencia (Aragón) en el siglo XV. Los actuales son una réplica mandada a poner por el rey Carlos III de España.
- **Norias gemelas.** Norias y azud de origen islámico situadas en Las Norias, en Los Desamparados. La actual obra de sillería data del siglo XVIII.

Torre Vieja

- **Torre del Moro.** Con una peculiar estructura, fue antiguamente una de las torres vigía que guarnecían la costa, construida en una colina situada sobre el cabo Cervera.
- **Iglesia Arciprestal de la Inmaculada Concepción.** Erigida en 1789 y reconstruida en 1844 aprovechando las piedras de la vieja torre que daba nombre al pueblo. De estilo neoclásico, alberga diversas obras de arte.
- **Eras de la Sal.** Se trata de un bello ejemplo de arquitectura industrial del siglo XVIII que funcionó como depósito y embarcadero de sal desde el año 1777 hasta el año 1958. En uno de sus patios se celebra todos los años el Certamen Internacional de Habaneras.
- **Casino de Torre Vieja.** Edificio modernista de 1896.

Callosa de Segura

- **Iglesia Arciprestal de San Martín.** Construida en el siglo XVI en estilo renacentista. Está catalogado como Monumento Histórico-Artístico Nacional. Se comenzó su construcción por la fachada (en estilo gótico) y en ella se plasmó el escudo de Callosa y el del emperador Carlos V dando fe de la importancia propia del lugar (en aquel momento dependiente de Orihuela). La fachada principal pertenece al gótico tardío adornada con arquivoltas y angrelados donde se lee la inscripción latina: "*Hic Est Domus Domini Et Porta Celi*" ("Esta es la Casa de Dios y Puerta del Cielo"). En el siglo XVIII una reforma dotó al interior de una enorme cúpula central y decoración Rococó. El Campanario es del siglo XVII y alberga cinco Campanas. Sus nombres son, de mayor a menor: la Martina, la Purísima, San José, Sagrado Corazón y Santa María. La Sacristía y la Capilla de la Comunión son del siglo XVIII de estilo Neoclásico. En su interior se conservan importantes obras de orfebrería de Miguel de Vera siglo XVI como la imagen-relicario de San Martín, nudo de la Cruz Arciprestal y Custodia Procesional, así como frescos, lienzos, esculturas marianas, gloriosas y pasionarias y retablos de Rabasa, Ponsoda y Noguera, etc. Es un ejemplo Renacentista de Iglesia-Salón de tres naves de igual altura con bóvedas vaídas elevadas sobre grandes columnas de porte clásico que responden a un modelo ajeno por completo al mundo valenciano, asegurándola como el ejemplo más limpio y pulcro de templo renacentista columnario.
- **Santuario de San Roque.** Elemento imprescindible en la identidad de este pueblo es el perfil que presenta el Santuario erigido en honor a su patrón San Roque. De bello estilo colonial fue construido de 1.579-1.798 (desde principios del siglo XV, le precedieron otros dos) en el lugar exacto donde según la tradición se apareció el Santo a cuatro pastores.
- **Castillo de Segura.** Conocido como *El Castillico*. Declarado Bien de Interés Cultural. De época islámica, documentado ya en el 924 cuando se rebeló Al Saij-Al Aslami. Es el castillo más antiguo y uno de los más importantes de la Comunidad Valenciana, aunque fue destruido por tropas califales tras la sublevación del cadí local. Se conservan unos pequeños restos de lo que fue el enorme recinto, una torre vigía y un aljibe restaurados en 1980, con la ayuda de un helicóptero por la inaccesibilidad del lugar.
- **Convento Franciscano.** Convertido hoy en colegio, a cargo de una comunidad de Hermanas Carmelitas Misioneras Teresianas (Padre Palau). Y en el cual se venera una de las imágenes marianas más queridas de la

ciudad: Ntra. Sra. de la Portería. Del convento de Frailes Alcantarinos sólo se conserva la Capilla de San Francisco, que pertenece a la Orden Franciscana Seglar.

- **Real Pósito de Callosa de Segura.** Fue construido en 1740, reinando Carlos IV. Es un antiguo almacén comarcal de grano.
- **Museo del Belén.** Situado en una antigua mansión decimonónica. Conserva su primitiva estructura, y alberga una variada muestra de los trabajos artesanales que requiere tan antigua tradición.
- **Antiguo Matadero Municipal.** Construido en 1929, hoy *Museo de Historia de la Ciudad*. Alberga al *Museo Arqueológico "Antonio Ballester y Ruiz"*; el *Museo Etnológico del Cádiz y de la Huerta*; y el *Museo de las Fiestas*.
- **Mercado de Abastos. Construido en 1929.** De formidables dimensiones, y buena traza. Presenta una fachada, inspirada en las antiguas lonjas, donde destacan dos cabezas de becerros.
- De reciente construcción es el **Museo de Semana Santa**, que alberga obras de imagineros y escultores de tanto renombre como Ponsoda, Liza, Noguera, José Hernández Navarro, Ramón Cuenca o García Villa gordo. Y en el cual se exponen de manera itinerante todo tipo de tallas, tronos, andas, estandartes, cirios y objetos varios.

Daya Vieja

- **Iglesia de la Virgen de Monserrate.** Edificio de interés arquitectónico, social, religioso y cultural.

Daya Nueva

- **Iglesia de San Miguel.** Edificio de interés arquitectónico, social, religioso y cultural.

Pilar de la Horadada

- **Iglesia parroquial de Ntra. Sra. del Pilar.** Ubicada en el centro de la ciudad. Fue construida en el año 1981 en el lugar que anteriormente había ocupado un viejo templo derruido. Está dedicada a la Virgen del Pilar y en ella se encuentran diversas obras de gran valor escultórico, en especial del autor local D. José María Sánchez Lozano.
- **Torre vigía del siglo XVI.** Construida en 1591 para proteger a los habitantes del entonces Campo de la Horadada de la piratería.

- **Ruinas arqueológicas de "Thiar"**: antigua mansión romana a medio camino entre *Illici* (Elche) y *Cartago Nova* (Cartagena), ubicado en la Vía Augusta.

Rojales

- **Conjunto hidráulico (puente de piedra, noria y azud)**. Una de las estampas más representativas de Rojales es la panorámica del Puente de Carlos III, cuyos magníficos pilares cruzan el río Segura a semejanza de los pies de un gigante. Su construcción, que data del siglo XVIII, supuso quebrantar la separación natural impuesta por el río y establecer, a través de sus tres grandes ojos bajo bóvedas de arco de campanel, la unión de las dos mitades del municipio.
- **Los Aljibes de Gasparito**. Desde la segunda década del siglo XX, Los Aljibes de Gasparito sirvieron como grandes embalses de comercialización del agua de lluvia.

Almoradí

- **Iglesia de San Andrés**. Fue levantada entre 1829 y 1861 ligeramente al este del lugar que ocupó su antecesora, que había sido inaugurada en 1732. Su fachada, flanqueada por dos torres, recuerda al estilo colonial.
- **Teatro Cortés**. Data, según estimaciones, de 1909, pero no queda constancia del autor ni del plano. Se sabe, sin embargo, que fue sucesor de otro teatro que ya existía al menos en 1889
- **Casino de Almoradí**. Está situado en uno de los edificios más antiguos de la ciudad. Inaugurado en el siglo XIX.

Guardamar de Segura

- **Castillo de Guardamar**. La parte superior, de origen árabe, fue destruido prácticamente en su totalidad por el terremoto de 1829. La parte inferior es de mayor tamaño y está rodeada por una muralla gótica que sufrió importantes modificaciones en el siglo XVI; en esta parte inferior se encontraba la villa hasta el terremoto, que obligó a reconstruirla en su emplazamiento actual.
- **Rabita Califal de las Dunas de Guardamar**. Yacimiento arqueológico del siglo X donde se encuentra la rábida más antigua de España.

Yacimiento arqueológico de Cabezo Lucero. Consta de los restos de una necrópolis y de un poblado de los siglos VI a III a. C. En este yacimiento se encontró la Dama de Guardamar.

- **Cabezo Pequeño del Estaño.** Pequeño núcleo amurallado del Hierro Antiguo de los siglos VIII y VII a. C., situado en la partida de la Rinconada.
- **Ciudad portuaria fenicia La Fonteta.** Instalación fenicia situada en la desembocadura del río Segura, datada en los siglos VIII al VI a. C.

Albatera

- **Iglesia Parroquial de Santiago Apóstol.** Construida en 1729, de estilo barroco levantino y con influencias (en el ornamento) del Rococó francés.

San Fulgencio

- **Yacimiento arqueológico de La Escuera y de El Oral.** Yacimientos ibéricos, de finales del siglo V al II a. C.

Redován

- **Iglesia Parroquial de San Miguel Arcángel.** Templo Parroquial del siglo XIV (1396) año de la fundación del pueblo. De estilo románico en su origen.
- **Palacio de la Orden de Predicadores:** Se trata del edificio que actualmente ocupa el Excmo. Ayuntamiento y que en sus orígenes fue un Palacio-Residencia que tuvieron los Padres Dominicos del Colegio de la Universidad de Orihuela y que ostentaron el dominio feudal sobre el señorío de Redován desde 1616 hasta el siglo XIX. Al parecer, la conclusión del edificio data de 1726.
- **Casa del Reloj. (Antiguo ayuntamiento).** Con una torre-reloj que data de finales del siglo XIX, artesanal y de gran valor artístico, con un impresionante mecanismo y un campanario. El reloj está en funcionamiento y tiene dos esferas con campanario. Situado en la Plaza del Ayuntamiento. Fue la sede del Primer Ayuntamiento Constitucional. Actualmente alberga las dependencias de la Policía Local y es la sede central de la Mancomunidad "La Vega" que aglutina a los municipios de Redován, San Miguel de Salinas, Algorfa y Jacarilla.

Cox

- **Castillo de Cox.** Es el principal monumento de la localidad, construido en 1466 por Juan Ruiz Davalos ya finalizada la reconquista de esta zona Es

una construcción imponente por la robustez de su planta y la localización en un cerro sobre la huerta.

Algorfa

- **Castillo de Montemar.** Esta casa señorial fue construida a finales del siglo XVIII. Su estilo es algo afrancesado. Tiene dos torres cuadradas y dos circulares con las esquinas de sillares. La torre principal que podemos llamar "del homenaje", tiene garitones en sus esquinas, y almenas con sus coronaciones inclinadas hacia el exterior. Posee un patio cuadrado rodeado por una galería situada en la primera planta.

Jacarilla

- **Jardines del Marqués de Fontalba.** Jardines y bosque, con una extensión de 20.000 m². En su interior se halla la casa-palacio, construcción austera en cuanto a adornos, pero muy funcional en cuanto al diseño, y la iglesia, de construcción sobria y estilo neogótico.

5-EJEMPLO DE COMPLEJO PATRIMONIAL DEL PALACIO DEL MARQUÉS DE FONTALBA COMO INSTRUMENTO DINAMIZADOR DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD DE JACARILLA.



Fuente Ayuntamiento de Jacarilla

Se trata de un conjunto singular de gran valor cultural y paisajístico, formado por Palacio y Jardines del Marqués de Fontalba, Iglesia, Casa Cuartel y

Colegio, que sorprendentemente no ha sido declarado Bien de Interés Cultural. La Dirección General de Patrimonio de la Generalitat Valenciana simplemente lo valora como Bien de Relevancia Local, a pesar de reconocer expresamente en su web que el jardín tiene “un alto interés histórico y botánico”.

En Julio de 2015 en la página web del Ayuntamiento de Jacarilla se agradece a la Excm. Diputación de Alicante la inclusión del Jardín del Marqués de Fontalba, en la recientemente publicada, Guía de Jardines Históricos de la Provincia de Alicante.

Dicha guía recoge datos históricos sobre trece jardines singulares de la provincia de Alicante que permanecen abiertos al público y datan, en su mayoría, del siglo XIX. A través de esta edición se presenta una serie de jardines románticos, conjuntos decimonónicos y paseos funcionales con gran interés paisajístico e histórico. Algunos de estos entornos contienen interesantes monumentos y bustos, y todos ellos guardan una curiosa historia sobre sus orígenes. Cada uno de estos enclaves cuenta con información detallada sobre su dirección, contacto, horarios y una breve explicación que indica cómo acceder por carretera. Además, se incluyen imágenes de todos ellos con los detalles más significativos.

Actualmente existe una preocupación de la Administración Local por la restauración de La Casa Palacio del Marqués de Fontalba.

Según la actual alcaldesa del ayuntamiento de Jacarilla, Pilar Díaz Rodríguez, el año pasado solicitaron a la Excm. Diputación de Alicante la redacción del proyecto de restauración y uso de la Casa Palacio de Jacarilla. Y la Diputación les contestó que lo incluiría en sus presupuestos para el año 2019. (Publicado por Pilar Díaz Rodríguez en Redes sociales el 28 de marzo de 2018)

La rehabilitación de dicho Palacio y su declaración como Bien de Interés Cultural aumentaría el turismo en la localidad de Jacarilla. Esto junto a posibles usos del Palacio, como Hotel y Restaurante con una exposición permanente de cuadros del pintor José Gálvez, “El Santero”, nacido en Jacarilla, celebración de eventos (Bodas Civiles, comuniones, encuentros deportivos, organizar actividades de senderismo entre los hospedados, etc.) daría un impulso a la economía de dicha localidad.

Un caso similar es la Casa del Reloj de San Pedro del Pinatar (Murcia) donde la conversión de dicha casa en Restaurante de lujo junto a celebraciones de bodas, comuniones u otros eventos, ha aumentado el número de turistas de la zona y visitantes a San Pedro del Pinatar.

El uso que se pretende dar, actualmente, según la alcaldesa de Jacarilla, Pilar Díaz Rodríguez, es un centro multicultural para talleres formativos, conferencias, exposiciones temporales o permanentes, etc. que se pueda mantener por sí mismo.

Jacarilla es una localidad de la Comarca de la Vega Baja del Segura que tiene:

Historia, buen clima, cuenta con una zona rural atractiva y un patrimonio cultural de gran valor histórico, además, se encuentra muy cerca de la costa y Orihuela, esto podría atraer a turistas y visitantes.

5.1 COMPLEJO ARQUITECTÓNICO HISTÓRICO Y LUGAR DE INTERÉS HISTÓRICO, ARTÍSTICO Y CULTURAL.

Se expone a continuación algunos datos documentados por el historiador Gálvez Ferrández, Manuel (2012) sobre el “Conjunto” integrado por:

Cuartel de la Guardia Civil, Jardines, Palacio, Escuelas e Iglesia, construido por el Marqués de Fontalba en Jacarilla, durante los años 1916 a 1922.

Este es un complejo arquitectónico único en la Comunidad Valenciana, de gran valor histórico, artístico y cultural, merecedor de ser considerado Bien de Interés Cultural (BIC) de nuestra Comunidad. Importantísima esta calificación para atraer turistas a Jacarilla y contribuir a su desarrollo local.

Para el estudio histórico de cada una de las edificaciones del “Conjunto” se sigue, en la exposición, el orden cronológico en que fueron construidas.

Comienza por el Cuartel de la Guardia Civil, terminado en el año 1916; continúa con los Jardines, Palacio y Escuelas, acabados en el año 1918; y finaliza con la Iglesia, concluida el año 1922.

Cuartel Guardia Civil

A finales de 1916, el edificio destinado a casa cuartel de la Guardia Civil ya se había terminado. El Marqués, propietario de este, lo arrendó (más bien lo cedió gratuitamente y “por tiempo indefinido”) al Ministerio de la Gobernación para que se estableciese, por primera vez en Jacarilla, el Instituto armado.

Desde 1916 hasta hoy, ininterrumpidamente, la Guardia Civil ha habitado en este cuartel, que aún conserva su singular y primitivo aspecto.



Fuente propia. Casa Cuartel de la Guardia Civil.



Fuente propia. Cuartel de la Guardia Civil.



Fuente propia. Cuartel de la Guardia Civil.

El contrato de arrendamiento de 21 de diciembre de 1916 que firmaron por parte del Marqués, su entonces administrador, don Juan Coig Rebagliato, y por parte del ministro de la Gobernación, el jefe de la línea de Orihuela, don Juan Martínez López, cuyo original todavía se conserva, nos informa de las condiciones del arriendo y de las dependencias que tenía en origen: “en planta baja seis habitaciones (pabellones) para guardias casados, completas de cocina, comedor y dos dormitorios

Jardines del Marqués de Fontalba.



Jardines del Marqués de Fontalba. Fuente propia.



Jardín del Marqués de Fontalba. Fuente propia



Jardín del Marqués de Fontalba. Fuente: Elaboración propia.



Jardín del Marqués de Fontalba. Fuente: Elaboración propia.



Jardín y Palacio del Marqués de Fontalba. Fuente: Elaboración propia.

Los jardines y el bosque ocupan una extensión de 20.000 m². Al entrar al jardín por "la Puerta de los Leones" podemos contemplar una avenida de palmeras, réplica de otro lugar característico del municipio como es "la Vereda de las Palmeras".



El Marqués puso nombre a cada espacio o rincón de su jardín. A los más importantes los bautizó con los nombres o títulos de su mujer y de sus hijas. El actual Bosque se conocía como “Parque Matilde”, el nombre de su hija menor.



Fuente propia. Bosque llamado “Parque Matilde”.

Al paseo donde están las jaulas, en aquel tiempo pobladas, sobre todo, por aves exóticas (cacatúas, loros, palomas japonesas, canarios flautas, periquitos, faisanes chinos, pavos indios, gallinas de Guinea...), lo llamó “Paseo de la Duquesa de Hornachuelos”, título que ostentaba su hija Mercedes, casada con el Duque de Hornachuelos.



Jaulas del zoo en el Jardín. Fuente: Elaboración propia

Al bello paseo de palmeras que se inicia a la entrada del Jardín por la puerta de los leones, lo denominó “Paseo de la Condesa de la Almudena”, el título que poseía su esposa.



Fuente: Elaboración propia. Paseo de la Condesa la Almudena

Entre los muchos puntos interesantes del Jardín destacamos: la gruta de la Virgen de la Almudena, realizada con rocas de mar; el reloj de sol; las numerosas estatuas y fuentes que se encuentran repartidas por todo el jardín; un pequeño Zoo, actualmente deteriorado y en desuso, además de algunos

templetes y pequeñas casas de los guardas del jardín. Las especies vegetales predominantes en el jardín son las palmeras. Junto a ellas podremos observar numerosos naranjos y limoneros y una gran cantidad de especies arbustivas centenarias.



Gruta de la Virgen Almudena en el Jardín. Fuente: Elaboración propia.



Escultura del Jardín. Fuente: Elaboración propia.



Reloj de Sol en el Jardín. Fuente: Elaboración propia

Palacio del II Marqués de Fontalba



Fuente: Elaboración propia. Palacio. Puerta Principal de fachada.



Fuente: Elaboración Propia. Parte posterior del Palacio.

Es una construcción austera en cuanto a adornos, pero muy funcional en cuanto al diseño con una superficie de 850 metros cuadrados. La casa está dividida en dos plantas; en la planta baja podemos encontrar un salón de recepción y diversos salones de recreo, comedor, cocina, habitaciones de invitados y las dependencias de los criados, mientras que en la primera planta se encuentran los dormitorios de los señores de la casa junto con unos espléndidos aseos realizados en mármol.

Según el Registro de la propiedad de Orihuela. Jacarilla, finca nº 65, folio 197: La parcela en la que está situada la Casa Palacio ocupa una superficie de “*dos hectáreas, noventa áreas y quince centímetros, es decir, veinte mil metros cuadrados de los cuales, ochocientos cincuenta metros corresponden a la superficie edificada del Palacio y el resto a vaquerías, gallinero, jardín interior, bosque de pinos y parque, hallándose toda ella rodeada de pared*”.

La Diputación Provincial de Alicante atribuye el proyecto del Palacio y Jardines al arquitecto bilbaíno, Ricardo Bastida Bilbao.

Como se ha indicado el jardín estaba protegido y rodeado con una larga y alta pared que impedía el libre acceso de los vecinos. La entrada al mismo quedó muy restringida y vigilada por tres casas de guardas jurados.

Escuelas.

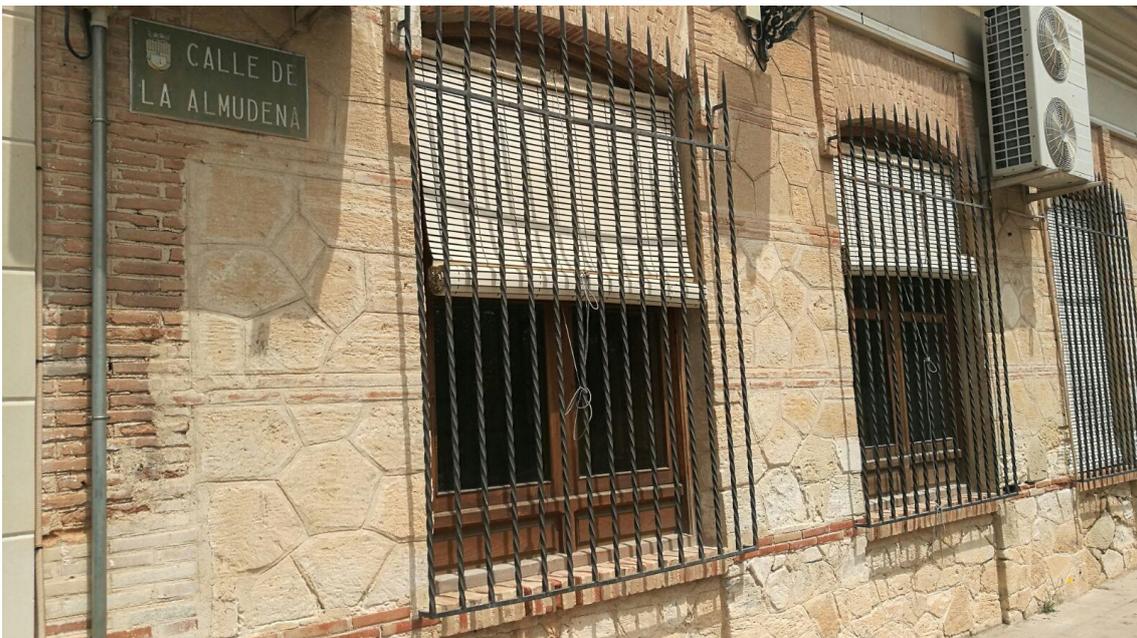


Foto de escuelas en calle Almudena. Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia. Vistas escuelas, Iglesia y Jardín. Calle Almudena.

En 1918 el edificio destinado a las escuelas ya estaba concluido. Se construyó una escuela para niños y otra para niñas, con sus respectivos patios. Sin embargo, el Marqués sólo cedió el suelo para que se construyesen. Las obras del edificio fueron sufragadas al 50% por el Ayuntamiento y por el Estado. Así se deduce del pleno celebrado el 1 de diciembre de 1918 en el Ayuntamiento de Jacarilla.



Las nuevas escuelas estaban ubicadas en la calle de la Almudena, lindando a mediodía con los jardines del Palacio y a levante con la “Casa Rectoral”.

Estas escuelas funcionaron hasta que, llegada la democracia, en la etapa del alcalde, don Joaquín Pascual Vegara, primer alcalde elegido democráticamente (1979-1987), se construyó otra escuela en la calle Virgen de Belén.

Actualmente, las antiguas escuelas forman parte del “Centro Social” y conservan su aspecto primitivo, debiendo ser protegidas por la singularidad y armonía que dan al conjunto.

Entre los alumnos que pasaron por sus aulas figura un “Hijo Predilecto de Jacarilla”, el arquitecto y urbanista, don Alfonso Vegara Gómez, Premio Jaime I de la Generalitat Valenciana del año 2007 en Urbanismo, Paisaje y Sostenibilidad.

Iglesia Parroquial.



Fuente: Elaboración propia. Vistas del Jardín y la Iglesia.



Fuente: Elaboración propia. Iglesia de Ntra. Sra. de Belén.

Dedicada a Nuestra Señora de Belén, es de construcción sobria de estilo neogótico. Esta construcción tiene una característica peculiar, y es un pequeño palco para uso exclusivo de los marqueses.

La iglesia de estilo neogótico, mandada construir por el II Marqués de Fontalba se concluyó en el año 1922, según reza en una de sus claves de bóveda, fue, por tanto, el último de los edificios proyectados que se terminó.

El estilo gótico elegido para la iglesia, significó un homenaje al padre del Marqués, el arquitecto Don Francisco Cubas González Montes, I Marqués de Cubas, gran amante y promotor de este estilo presente en muchos edificios religiosos que proyectó, restauró o construyó en el Madrid del siglo XIX. Sirva de ejemplo su grandioso proyecto de la Catedral de Almudena de Madrid.

La construcción de la iglesia es de sillares de piedra caliza del lugar, muy probable de las canteras ubicadas en el paraje de la Zarzuela del término municipal de Jacarilla.

Al conjunto destinado a la Iglesia, “Casa Rectoral” y casa del sacristán, el Marqués dedicó una superficie cercana a 1000 metros cuadrados, distribuidos de la siguiente forma:

Casa Rectoral: 272 metros cuadrados, lindante a levante con la Iglesia, a poniente con las escuelas y a medio día con el jardín, calle Almudena en medio.

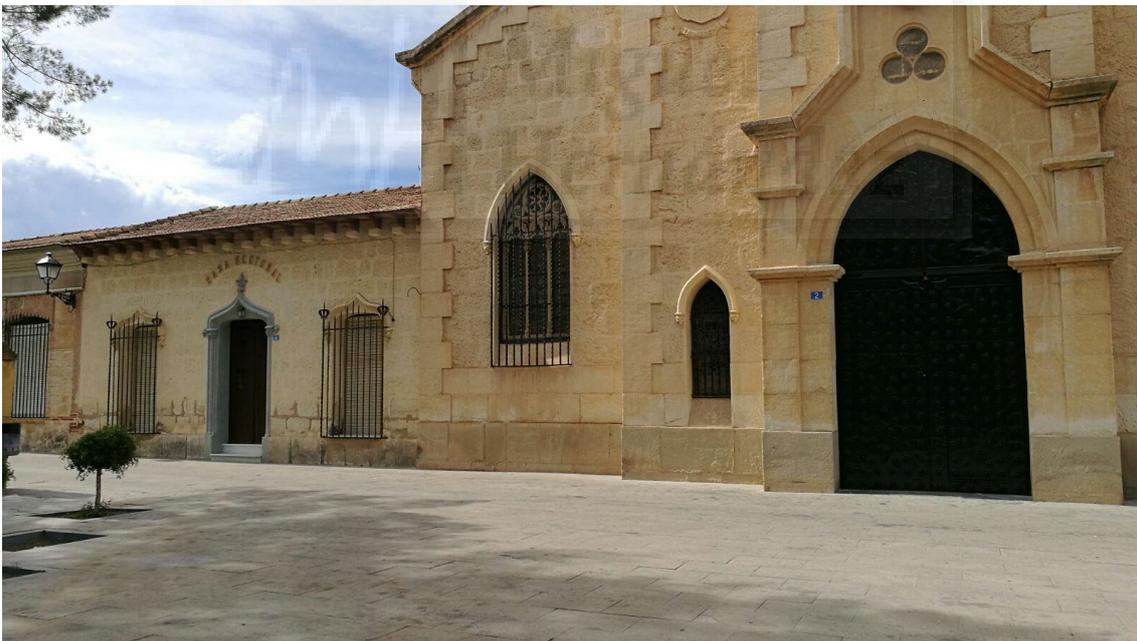


Foto de Casa Rectoral junto a la Iglesia. Fuente: Elaboración propia.

Casa del Sacristán: 126 metros cuadrados, se situó detrás de la Iglesia, con la que linda a mediodía, y con fachada a la calle Marqués de Fontalba.



Fuente propia. Casa del Sacristán junto a la Iglesia.

Iglesia: Unos 587 metros cuadrados. Lindando a levante con la calle Marqués de Fontalba, a poniente con la “Casa Rectoral” y al sur con la plaza de la Almudena y jardines del Marqués (Registro de la Propiedad de Orihuela. Libro de Jacarilla. Finca nº 64 antes 131, folio 195).



Fuente: Elaboración propia. Iglesia y reloj de sol.

La Iglesia de la Encarnación (como así se llamó en un principio, pues el Marqués la dedicó a su esposa, doña Encarnación Urquijo y Usía, I Condesa de la Almudena, hija del II Marqués de Urquijo) fue bendecida por el Obispo de Orihuela, don Francisco Javier Irastorza, el 18 de abril de 1927.

Los escudos de armas del Marqués de Fontalba y de su esposa, la Condesa de Almudena, proliferan en la Iglesia decorando la fachada principal, las claves de la bóveda y las vidrieras. Dejan constancia de que se trató, en un principio, de un “oratorio palaciego” privado.

El II Marqués de Fontalba cedió la Iglesia, junto a la casa del cura y del sacristán a su hijo el Señor don Felipe de Cubas y Urquijo, Duque de Cubas en escritura pública el 18 de mayo de 1928. (Registro de la Propiedad de Orihuela. Jacarilla, finca nº1). En 1939, dicho duque heredó el resto de las fincas que su padre poseía en Jacarilla.

Durante la guerra civil (1936) la Iglesia fue incautada y convertida en un almacén de abonos para la colectividad que se creó en el pueblo.

La talla de la Virgen de Belén, Patrona de Jacarilla, que el historiador José Montesinos, en el año 1795, atribuyó a Salzillo, fue “*destruida por los rojos*” (Libro de inventario desde 1939 a 1943. APJ). El Niño Jesús fue escondido por Teresa Rodríguez Gálvez.

A la muerte del Duque de Cubas (1974) su única hija, doña Dolores Cubas Escauriza, IV Marquesa de Fontalba, heredó la Iglesia. A comienzos de los años 80 del siglo pasado la vendió a la Curia.

5.2 HISTORIA DE JACARILLA

Según cuenta en su libro “El II Marqués de Fontalba, Don Francisco de Cubas Erice, y Jacarilla”, el historiador Gálvez Ferrández, Manuel (2012) y editado por el Excmo. Ayuntamiento de Jacarilla:

“Jacarilla se halla a un kilómetro aproximadamente del río Segura y limita con los términos municipales de Benejúzar, Bigastro y Orihuela.

El término de Jacarilla (12,2 km²) permanece unido desde 1572, cuando se creó el mayorazgo de Jacarilla y hasta la muerte de Don José Joaquín Sandoval Melgarejo, ocurrida el 28 de noviembre de 1899. Su gran territorio, entre ellas sus propiedades a Jacarilla, fue entonces repartido entre sus tres hijos: Alfonso, Concha y Ángeles Sandoval Bassecourt. Jacarilla quedó dividida

por primera vez. El nuevo propietario de la mayor parte de Jacarilla, Barón de Petrés, Alfonso Sandoval Bassecourt (Nacido en Murcia en 1962) se casó y tuvo seis hijos con Doña Encarnación Moreno Musso.

Entre los años 1899 y 1901 ocupó la alcaldía de Alicante. Una de sus primeras acciones sobre su propiedad, Jacarilla, y dado su carácter emprendedor, fue la fundación de la Caja Rural de Jacarilla, llamada Caja de Ahorros, Préstamos y Socorros de Jacarilla. En las elecciones del 30 de abril de 1903 el Barón de Petrés fue elegido Diputado de las Cortes, como miembro del partido conservador de Silvela. En estas mismas elecciones también fue elegido diputado el Marqués de Fontalba, Don Francisco de Cubas y Erice. Ambos políticos conservadores muy pronto simpatizaron. En 1914 el Barón ya era Senador por la Provincia de Alicante. Pero lo cierto es que el Barón desde 1909 estaba en quiebra patrimonial. Había contraído una deuda por un préstamo hipotecario cuya garantía era Jacarilla, que fue valorada en un millón de pesetas. El Marqués, informado del crédito y la deuda, compró Jacarilla. A penas dos días después, el 6 de noviembre de 1915, el Barón fallecía en Madrid.

El nuevo propietario de Jacarilla, Don Francisco de Cubas Erice, II Marqués de Cubas y de Fontalba, era hijo del célebre arquitecto Don Francisco de Cubas González Montes autor de muchos de los edificios religiosos madrileños del siglo XIX, y de Doña Matilde Erice Urquijo. Nació en 1868, estudió derecho en la Universidad Central de Madrid y se casó con Doña Encarnación Urquijo y Ussía de cuyo matrimonio nacieron siete hijos. A la muerte de sus padres heredó una gran fortuna que supo incrementar con inversiones financieras, industriales, inmobiliarias, ...

El pueblo de Jacarilla, que ahora pertenecía al Marqués se encontraba en una pésima situación económica y social. Para la defensa de los derechos, se creó a comienzos de 1915 en Jacarilla el primer Sindicato Agrario. La presencia del Marqués, un 'nuevo amo' aristócrata y millonario, fue vista en general con esperanza. Este hizo inversiones que mejoraron el nivel de vida del pueblo, practicó la beneficencia y el mecenazgo con muchos de ellos.

El II Marqués de Fontalba tuvo un final trágico: *“fue asesinado por las hordas rojas al intentar pasar a la que entonces era zona Nacional, en el Barrio de Usera, de Madrid, el día ocho de noviembre de mil novecientos treinta y siete”*.

(Testamentaria del Excmo. Sr. Don Francisco de Cubas Erice, Marqués de Fontalba. Archivo de Javier Cobián Cubas).

En su testamento de 14 de junio de 1934, ante el notario de Madrid, Tomás del Hoyo, dispuso: *“Teniendo en cuenta la importancia que las fincas de Jacarilla tienen y la predilección que por ella tienen mis hijos [...] se adjudiquen al hijo mayor que me sobreviva, y si a éste no le conviniese o no pudiera aceptar tal adjudicación, al hijo que le siga en edad, sin distinción de sexo, y en el caso de que ninguno aceptase, se adjudicaran por iguales partes”*.

En base a tal cláusula, que nos recuerda a las normas de los extinguidos mayorazgos, en el año 1940, llevada a efecto la partición de los bienes del II Marqués de Fontalba, la finca de Jacarilla, incluidos el Palacio y los jardines, pasó a pertenecer al III Marqués de Fontalba, don Felipe Cubas Urquijo.

En el año 1946, el III Marqués de Fontalba inició la venta de Jacarilla a sus colonos.

No obstante, se reservó para sí, a parte del cuartel de la Guardia Civil y de la Iglesia, unos sesenta y cuatro mil quinientos dieciocho metros cuadrados en los que se incluían: “La casa principal, cuadras, almacenes y dependencias, jardines, pinada y huerto”.

A su muerte, ocurrida el 12 de enero de 1974, estas propiedades pasaron a su única hija, doña Dolores de Cubas Escauriza, IV Marquesa de Fontalba, quien a comienzos de los años 80 del siglo XX se deshacía de todas sus posesiones en Jacarilla. El Palacio y los jardines se vendieron en el año 1980 a don Ricardo Vaillo. (Registro de la propiedad de Orihuela. Jacarilla. Libro 24. Tomo 850. Finca nº2.469).

Luego, los adquirió don Justo Quesada y éste, por convenio urbanístico, donó los jardines, excluido el Palacio, al Ayuntamiento de Jacarilla el 21 de diciembre de 1993, era entonces alcalde, don Francisco Torregrosa Díaz.

El último propietario privado del Palacio, don Antonio Pedrera, que lo adquirió el 18 de mayo del año 2000 por compra a don Justo Quesada, lo cedió al pueblo de Jacarilla en el año 2009, siendo alcalde, don José Manuel Gálvez Ortuño. (Escritura de donación de dos de julio de 2009. V^a 908. Notario Antonio Artero García).

Con ello se culmina un mayoritario deseo de los jacarillenses de que el Palacio y los jardines pasasen a pertenecer al pueblo de Jacarilla.”

5.3 POBLACIÓN DE JACARILLA SEGÚN NACIONALIDAD, 2017 (Unidad: persona)

| | TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
|------------------------------------|--------------|---------|---------|
| TOTAL POBLACIÓN | 1.953 | 997 | 956 |
| ESPAÑOLES | 1.596 | 822 | 774 |
| EXTRANJEROS | 357 | 175 | 182 |
| Total Europa | 289 | 146 | 143 |
| Total Unión Europea | 271 | 136 | 135 |
| Alemania | 9 | 6 | 3 |
| Bulgaria | 1 | 1 | 0 |
| Francia | 7 | 4 | 3 |
| Italia | 3 | 1 | 2 |
| Polonia | 34 | 23 | 11 |
| Portugal | 0 | 0 | 0 |
| Reino Unido | 168 | 80 | 88 |
| Rumanía | 7 | 2 | 5 |
| Total Europa No Comunitaria | 18 | 10 | 8 |
| Rusia | 5 | 2 | 3 |
| Ucrania | 13 | 8 | 5 |
| Total África | 54 | 26 | 28 |
| Argelia | 6 | 2 | 4 |
| Marruecos | 48 | 24 | 24 |
| Nigeria | 0 | 0 | 0 |
| Senegal | 0 | 0 | 0 |
| Total América | 14 | 3 | 11 |
| Argentina | 1 | 0 | 1 |
| Bolivia | 5 | 1 | 4 |
| Brasil | 1 | 0 | 0 |
| Colombia | 3 | 0 | 3 |
| Cuba | 0 | 0 | 0 |
| Chile | 0 | 0 | 0 |
| Ecuador | 3 | 1 | 2 |
| Paraguay | 1 | 1 | 0 |
| Perú | 0 | 0 | 0 |
| Rep. Dominicana | 0 | 0 | 0 |
| Uruguay | 0 | 0 | 0 |
| Venezuela | 0 | 0 | 0 |
| Total Asia | 0 | 0 | 0 |
| China | 0 | 0 | 0 |
| Pakistán | 0 | 0 | 0 |

| | | | |
|---------------------|---|---|---|
| Oceanía y Apátridas | 0 | 0 | 0 |
|---------------------|---|---|---|

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión 2017. Fecha consulta: 24/01/2018

Observamos que la población mayoritaria extranjera procede del Reino Unido, le sigue población de Marruecos y de Polonia.

5.4 ECONOMIA DE JACARILLA. EVOLUCIÓN.

Según el trabajo de Melis y Canales (1996), en un principio la economía se basaba, fundamentalmente, en la agricultura, el cultivo tradicional era el cáñamo. Con la aparición de las fibras sintéticas y su utilización cada vez más extendida en la industria textil, llevó consigo la desaparición de este cultivo tradicional.

Ante la crisis generada por la desaparición del cáñamo y plantas afines, la agricultura evolucionó a una plantación masiva de cítricos (especialmente naranjos). Esto llevó consigo la aparición de una red comercial, hecho que motivó la rápida aceptación por parte de los agricultores y su difusión por la comarca de la vega baja.

El cambio en la agricultura no se realizó de la noche a la mañana “en aquellos años se vivieron momentos muy difíciles porque ni la agricultura, ni la artesanía daban para vivir”. Esto llevó a una emigración de los jóvenes de la comarca hacia otros lugares de España y Europa. Tan sólo los agricultores más acomodados pudieron hacer frente a la difícil situación económica.

Entre los factores que contribuyeron al relanzamiento económico de la comarca destaca:

- 1- La aparición del turismo como fenómeno de masas. Sus efectos beneficios sólo se dejaron sentir en un primer momento en las poblaciones costeras que llevó consigo
- 2- El auge de la construcción.
- 3- El proceso de externalización de la industria del calzado ubicada en el Vinalopó.

Efectivamente, el turismo repercutió poco a poco en los núcleos del interior comarcal, que ofrecieron abundante mano de obra para cubrir estacionalmente los puestos laborales que se generaba en el sector de los servicios. Años más tarde, su influencia marcaría profundamente la dedicación profesional de los habitantes del municipio analizado que, como otros núcleos, se convirtió -ante el boom turístico de los años setenta- en un pueblo de “albañiles” por su proximidad al litoral.

Este hecho está en relación con el modelo turístico desarrollado en la zona costera del Bajo Segura, donde la demanda hotelera es escasa y la vivienda particular – de compra o alquiler- es el tipo preferido de alojamiento.

El importante crecimiento inmobiliario (1991) llevó consigo el cambio en la actividad laboral, que relanzó el sector de la construcción y permitió una salida generalizada al desempleo crónico existente en la comarca, ligada todavía muy estrechamente a la agricultura.

La oferta de puesto de trabajos en la construcción canalizó la mano de obra masculina, mientras que la mujer se acogió al “aparado del calzado”. (G. Canales Martínez 1996).

El modelo turístico residencial se ha venido desarrollando durante las últimas décadas por todo el litoral español, apoyado e impulsado por las autoridades locales, regionales y nacionales, y con el rechazo de buena parte de la comunidad académica, que lo ha considerado como insostenible a medio y largo plazo. No obstante, conviene matizar que no se puede desestimar el papel que este modelo, centrado en las segundas residencias turísticas, ha desempeñado en el desarrollo económico y en la generación de empleo desde los inicios del turismo moderno hasta el inicio de las crisis en el año 2007.

En la Comarca de la Vega Baja del Segura, el turismo residencial es hegemónico. La comarca, que tradicionalmente sustentaba su economía en la agricultura de regadío, a finales del siglo XX fue reduciendo paulatinamente su protagonismo concentrándose cada vez más en el binomio construcción-turismo.

La continua recalificación de terrenos de uso agrícola por urbanizable ha conllevado un progresivo abandono del campo y de la huerta, que se han visto ocupados principalmente por urbanizaciones enfocadas a turistas residenciales del centro y norte de España y Europa (Canales y Ruíz, 2011: 218-219).

El primer efecto de la crisis en la comarca, el más evidente, es el cese del modelo turístico inmobiliario que ha caracterizado la zona. Con el inicio de la crisis, la edificación de nuevas viviendas, de donde se obtenían los principales beneficios económicos y se proporcionaban más puestos de trabajo, se detuvo drásticamente. Dejaron de construirse viviendas destinadas al uso turístico residencial, las disponibles veían reducirse rápida e imparablemente su valor, mientras las transacciones se minimizaban. Los carteles de “se vende” o “for sale” se multiplicaban.

La escasa oferta turística de hoteles y campings en esta comarca ha logrado mantenerse en términos generales. Según los datos de la Diputación de Alicante.

La oferta turística real se hace a través de las viviendas secundarias, en propiedad o arrendadas, e incluso sin que muchas de ellas estuviesen registradas como apartamentos turísticos. En todo caso, nuestros informantes afirman que hay más dificultades para alquilar estas viviendas a partir de la crisis y que ha habido una bajada generalizada en los precios y, por tanto, en las rentas percibidas de estos inmuebles.

El hecho de que los índices de paro se hayan elevado por encima de la media nacional en los municipios turísticos y en toda la comarca, que abastece de mano de obra a estas localidades, sugieren que el modelo turístico imperante en la Vega Baja del Segura, el residencial, no resulta suficiente para ser el motor económico de la zona, y que sólo lo ha sido durante los años en los que se estuvo construyendo.

La crisis también ha potenciado las salidas de los turistas residenciales. Algunos ante la desvalorización continua de su vivienda, donde habían invertido sus ahorros; otros por el aumento de la delincuencia derivada de la crisis; muchos porque se hacían mayores, preferían volver para estar con sus familias en sus países de origen. Otros se quedaban y a avanzada edad fallecían. Pero la costa de la comarca y sus viviendas habían dejado de ser un lugar rentable donde invertir, sin producirse por lo tanto el relevo residencial. La consecuencia fue la reducción del número de turistas residenciales. Los ciudadanos británicos censados se redujeron. Los ciudadanos británicos censados se redujeron entre 2011 y 2014 en Torrevieja un 44%, en Catral un 42%, en San Fulgencio un 36%, en Guardamar del Segura un 33%, en Pilar de la Horadada un 29%, en Formentera del Segura un 28%, en Algorfa un 26%, en Orihuela un 23%, etc. (INE, 2011; INE, 2014).

El limitado poder adquisitivo de los turistas residenciales se ha manifestado, tras la crisis, en la morosidad. Algunos de los propietarios europeos, a veces con la intención de residir, otras a modo de inversión, que solicitaron préstamos a entidades bancarias españolas, con oficinas ubicadas en la comarca, no pudieron seguir pagando durante la crisis y regresaron a sus países con deudas a las que no harían frente. La rebaja continua de los precios de las viviendas y sus dificultades económicas les ponían en la tesitura de tener que abonar préstamos hipotecarios por valores muy superiores a los precios de mercado. Según nos contaban nuestros informantes, se daban casos en los que acudían a las oficinas bancarias para comunicar que dejaban de pagar y que optaban por entregar la vivienda a cambio a la entidad. La legislación española que, en el caso de impago, procede al desahucio y a la subasta de la vivienda, y además obliga a seguir pagando lo que quede de deuda, no tenía los mismos efectos en sus países, y el alcance jurídico se limitaba a suelo

español. De este modo dejaban de invertir en viviendas de España o regresaban a sus países.

Tras este éxodo de población, podríamos decir que la crisis ha incrementado el número de viviendas deshabitadas en la zona. Al gran parque de viviendas secundarias asociadas al turismo residencial que existe en los municipios de costa y prelitorales, vacías durante casi todo el año, ahora hay que sumarle las que han sido expropiadas y las que han dejado los turistas residenciales que han retornado a sus países y que permanecen cerradas. Algunas de ellas permanecen durante largos años sin venderse, mientras otras presentan importantes signos de abandono. Estos factores, junto al hecho de que muchas familias hayan sido desahuciadas, ha favorecido la ocupación ilegal de viviendas.

Ha tenido que darse una importante y larga crisis económica, para que los estudios académicos que denunciaban el modelo turístico residencial hegemónico en la comarca como insostenible, y como una especie de “espejismo” que ocultaba que el auténtico motor económico no era el turismo sino la construcción, comiencen a evidenciarse. No hay duda de la importancia que el turismo tiene actualmente en la economía de un territorio donde cualquiera de sus municipios mantiene una distancia no mayor de 30 km con el litoral, que recibe cientos de miles de visitantes todos los años en épocas vacacionales, y en cuyas localidades costeras se formalizan numerosos contratos de trabajo. Pero igualmente la crisis económica ha demostrado que el modelo turístico residencial no genera suficientes empleos mientras las cifras de paro en la zona han aumentado de forma muy superior a la de otros lugares de la geografía española.

5.5 FIESTAS DE JACARILLA.

Fiestas Patronales. Se celebran en honor a Nuestra Señora la Virgen de Belén la primera semana del mes de septiembre. Y el último domingo de enero se celebra la fiesta en honor del patrón San Antón, fiesta en la que se rifa el popular "cerdo" de San Antón y a partir del 2007 se realiza una romería con el Santo hasta la nueva zona recreativa "Parque Cabezo de la Cruz".

En Semana Santa también se celebra la procesión con nazarenos de Nuestro Padre Jesús Nazareno, el Cristo Crucificado y Nuestra Señora la Virgen de Belén

5.6 CLIMA DE JACARILLA.

El clima que disfruta La Vega Baja del Segura es el denominado clima Mediterráneo, que se caracteriza por unas formidables condiciones naturales como son: inviernos benignos, cielos despejados y temperaturas suaves a lo largo del año muy apto para el turismo.

5.7 CONSECUENCIAS Y VENTAJAS DE UN BIEN DECLARADO BIEN DE INTERÉS CULTURAL (BCI).

Concepto:

La declaración legal denominada *Bien de Interés Cultural* es una figura de protección regulada por la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.

Definición legal:

Según prevé la propia Ley, un BIC es cualquier inmueble y objeto mueble de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico, que haya sido declarado como tal por la administración competente. También puede ser declarado como BIC, el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que tengan valor artístico, histórico o antropológico.

Categorías:

La Ley prevé las siguientes categorías para la declaración de un Bien de Interés Cultural:

Bienes inmuebles

Son considerados bienes inmuebles:

los que recoge el artículo 334 del Código Civil, y cuantos elementos puedan considerarse consustanciales con los edificios y formen parte de estos o de su entorno o lo hayan formado, aunque en el caso de poder ser separados constituyan un todo perfecto de fácil aplicación a otras construcciones o a usos distintos del suyo original.

(Ley 16/1985, art. 14.1).

Monumento histórico

Artículo principal: Monumento del patrimonio histórico de España

Son aquellos bienes inmuebles que constituyen realizaciones arquitectónicas o de ingeniería, u obras de escultura colosal, siempre que tengan interés histórico, artístico, científico o social.

Jardín histórico

Artículo principal: Jardín histórico

Es el espacio delimitado, producto de la ordenación por el hombre de elementos naturales, a veces complementado con estructuras de fábrica, y estimado de interés en función de su origen o pasado histórico, o de sus valores estéticos, sensoriales o botánicos.

Conjunto histórico

Artículo principal: Conjunto Histórico

Es la agrupación de inmuebles que forman una unidad de asentamiento, continua o dispersa, condicionada por una estructura física representativa de la evolución de una comunidad humana por ser testimonio de su cultura o constituir un valor de uso y disfrute para la colectividad. Asimismo, es Conjunto Histórico cualquier núcleo individualizado de inmuebles comprendidos en una unidad superior de población que reúna esas mismas características y pueda ser claramente delimitado.

Sitio histórico

Se denomina Sitio Histórico al lugar o paraje natural, vinculado a acontecimientos o recuerdos del pasado, a tradiciones populares, creaciones culturales o de la naturaleza, y a obras del hombre, que poseen valor histórico, etnológico, paleontológico o antropológico.

Zona arqueológica

Es el lugar o paraje natural donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, hayan sido o no extraídos y tanto si se encuentran en la superficie, en el subsuelo o bajo las aguas españolas.

Lugares de interés etnológico

Se denomina lugar de interés etnológico a los bienes inmuebles, los parajes, conjuntos arquitectónicos, construcciones o instalaciones, y espacios que alberguen o constituyan, hayan albergado o constituido, exponentes de formas de vida, actividades, modos de producción, vivienda, sociabilidad y otras manifestaciones de la cultura del pueblo.

Bienes muebles

Se consideran bienes muebles.

Los susceptibles de apropiación que no sean considerados inmuebles, y en General todos los que se puedan transportar de un punto a otro, sin menoscabo de la cosa inmueble a que estén unidos. (Código Civil, artículo 335)

Patrimonio etnográfico

Forman parte del Patrimonio etnográfico aquellos bienes muebles e inmuebles y los conocimientos y actividades que son o han sido expresión relevante de la cultura tradicional del pueblo español en sus aspectos materiales, sociales o espirituales.

Patrimonio documental y bibliográfico

Lo integran los documentos reunidos o no en archivos y bibliotecas, así como estos archivos y bibliotecas, que cumplan con los requisitos que determina la ley 16/1985 en su título VII.

DECLARACIÓN DEL BIC

Conforme a lo establecido en la Ley 16/1985, para que un elemento patrimonial pase a formar parte del Catálogo de Bienes de Interés Cultural de España, es preciso que se incoe un expediente por la administración competente (aunque puede hacerse a solicitud de entidades o particulares). Una vez incoado el expediente, se le aplica al bien patrimonial, con carácter preventivo, toda la protección jurídica prevista en las leyes.

El expediente se resuelve por acuerdo, bien del Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma, mediante Decreto (cuando tenga transferida esta competencia), bien del Consejo de Ministros a propuesta del Ministerio de Cultura, mediante Real Decreto.

En algunos casos, y por ministerio de la Ley quedaron automáticamente declarados BIC los sitios con arte rupestre prehistórico y los castillos de España y sus ruinas.

Tramitación de la declaración de un bien como BIC:

La declaración de un bien como BIC, exige la tramitación de un expediente, que debe incluir una serie de documentos e información concreta sobre los bienes a declarar.

-Justificación de la declaración de valores

a) Valores históricos-artísticos. Se refiere al patrimonio tradicional, marcado valor de la Antigüedad.

b) Valor artístico. Lo estético, es lo que define el estilo. Debemos tener un conocimiento de los estilos (como el eclecticismo, la arquitectura tradicional).

c) Valor tipológico. Como elemento clasificatorio, por ejemplo, iglesias (circular, longitudinal, de salón...), en el caso de las viviendas encontramos la casa tradicional cristiana o mudéjar (casa-patio) del siglo XVI-XIX, a partir de aquí surgen varios subtipos dependiendo de su organización, en el siglo XIX se distinguen las viviendas colectivas y las viviendas unifamiliares.

d) Valor urbanístico. Influencia del lugar donde se sitúe, cerro, plaza, entre calles estrechas, etc. asociado al valor de imagen (añadido recientemente).

e) Valor de imagen o paisajístico.

f) Valor de identidad. Es un valor que ha sido añadido recientemente, se relaciona con la importancia que tiene un inmueble para una sociedad como elemento significativo e identificador.

-Descripción y análisis del inmueble

Se trata de la descripción física, los materiales que utiliza, que tipología tiene, soportes, la cubrición, el espacio (ubicación de las estancias), etc. se trata de una descripción literal. Debemos tener en cuenta tres partes: la volumetría, la tipología y los materiales. Es necesario, además, especificar las partes del BIC y cuáles son las accesorias si las tuviera.

-Declaración del entorno

La declaración del entorno del BIC no aparecerá hasta 1985, el entorno es un ámbito de protección no solo del BIC, sino todo lo que le rodea. Precisa una justificación de los siguientes aspectos:

-Análisis de la evolución de la zona, como ha ido funcionando y configurando.

-Valor de la imagen. Relación que se establece entre el inmueble y los edificios adyacentes, las visuales del entorno.

-Descripción del entorno. Descripción literal del inmueble. Numeración (manzana, parcela, calle y nº postal).

Relación de bienes muebles

Los criterios de valoración han ido variando a lo largo de la historia, en un principio solo abarcaba lo destacado, luego hubo una posición de abarcarlo todo, pero llevarlo a cabo era complicado, en la actualidad se ha vuelto a un

valor de selección. Es necesario justificar los bienes que se protegen, en la actualidad casi todos los bienes muebles están en un inventario por lo que el trabajo, tanto textual como gráfico, es básicamente bibliográfico, esas fichas recogen el análisis del material, la técnica, cronología, el grado de conservación, etc.

Datos de los bienes

-Datos históricos y de su época. Toda su historia, es una labor básicamente de documentación bibliográfica.

-Estilo. Diferenciar donde se dan los estilos en el inmueble (ubicarlo en un contexto).

-Autor. En muchos casos el autor de la obra es desconocido.

-Bibliografía y fuentes documentales. Trabajo científico-metodológico, los libros consultados.

-Estado de la conservación. Aquí se recurre a un arquitecto (estado del edificio, prioridad de intervención, intervenciones históricas).

-El uso del inmueble.

-Observaciones.

-Análisis del planeamiento municipal territorial:

- 1- Figura del planeamiento vigente.
- 2- Análisis de la normativa.
- 3- Propuestas de mejora de la normativa.
- 4- Relación de los inmuebles afectados por el entorno.

Consecuencias y ventajas de la declaración como BIC

Un Bien Cultural al ser declarado BIC:

-Será de dominio público (distinguiendo "dominio público" de "propiedad privada"; un particular puede ser propietario de un BIC, pero la Administración protegerá el valor artístico, histórico, espiritual del bien)

-Necesitará autorizaciones para cualquier obra o modificación (tanto en bienes inmuebles -edificios- como muebles -una pintura por ejemplo-, es decir, se

necesitará autorización para restaurar una pintura y autorización para pintar la fachada de un edificio BIC)

-Tendrá obligación de facilitar inspección, visita pública e investigación (si el BIC es de propiedad privada, el dueño deberá facilitar su visita determinados días al mes -normalmente - por ejemplo, un castillo propiedad de un Conde, este deberá abrirlo al público ciertos días al mes, previamente acordados con la Administración)

-Tendrá privilegios fiscales. El dueño de un BIC puede recibir ayudas para su mantenimiento, restauración, etc.

-Son inseparables de su entorno e inexportables. Ello incluye los bienes muebles (pinturas, joyas), que es ilegal sacarlos del país.

-Desde la incoación del expediente se pueden parar las licencias de obras.

-En el caso de los inmuebles, será obligatorio redactar un plan especial o protegerlos con cualquier otra figura del planeamiento.

Comunidad Valenciana

La legislación aplicable en la Comunidad Valenciana respecto a los Bienes de Interés Cultural es la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.

Según el periódico El Diario digital del cinco de abril de 2014, la ventaja principal de un bien por ser declarado Bien de Interés Cultural es más turismo y la garantía de ser conservado en buen estado el bien declarado BIC.

Un ejemplo de reconocimiento que ya está dando resultados en Colmenar de Oreja (Madrid) y que experimentan localidades 'veteranas' del grupo, como Chinchón y Patones.

El mes de diciembre de 2013 Colmenar de Oreja se convirtió en el último enclave en unirse al club de las trece localidades madrileñas que son Bien de Interés Cultural (BIC), menos selecto que las ciudades Patrimonio de la Humanidad, pero igualmente atractivo a ojos de los turistas.

De hecho, en este breve espacio de tiempo el número de visitantes que han llegado a este municipio del sureste de la Comunidad de Madrid, muy próximo a Chinchón, ha aumentado hasta alcanzar los 2.600 en enero de 2015, el doble que el mismo mes del año anterior.

Para los turistas es una sorpresa, no se esperan esta riqueza", comenta el alcalde, Francisco José García, que cree que en este creciente interés ha funcionado, además de ser BIC, el "boca a boca" y la incorporación de Colmenar de Oreja a los programas Villas de Madrid y Rutas del Vino. (El diario.es del 5 de abril de 2014).

El Conjunto Histórico de Jacarilla es merecedor de ser declarado BIC porque, como hemos relatado anteriormente, cumple con los valores histórico, artístico, cultural y de identidad que exige la Ley. Esto, como en el caso del ejemplo citado anteriormente, podría atraer más turismo a Jacarilla y ayudar a dinamizar su economía.

Si se atrae más turismo, se atrae más empleo. Según Exceltur, el turismo ha sido el principal creador de empleo en España desde el estallido de la crisis. Desde 2009 a 2016 en España el empleo de las ramas de actividad turísticas se ha elevado un +13,4% (de 2,1 millones en 2009 a 2,5 en 2016), mientras que en el resto de las actividades económicas se ha reducido un -6,2%.

La capacidad de creación de empleo no es solo directa, por cada 100 empleos directos el turismo genera 69 empleos adicionales en otros sectores, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El turismo es un sector integrador de los colectivos con dificultades de inserción laboral. Este es el caso de:

- El sector Los jóvenes con menor nivel de estudios. El sector turístico genera proporcionalmente un 60% más de empleo que el resto de los sectores de la economía española en los jóvenes de 16 a 34 años con niveles de estudios primarios o inferiores, que tienen una tasa de paro del 46,2%, y un 70% superior en los que disponen de estudios secundarios, cuyo paro es del 31%

-Las mujeres, de mayor edad y bajos niveles de estudios. El turismo genera un 30,9% más de empleo en el colectivo de mujeres mayores de 45 años y con estudios primarios, donde 1 de cada 4 sufre los problemas del desempleo.

6.OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA COMARCA DE LA VEGA BAJA.

Crear una **agencia de turismo cultural**, cuya finalidad es la de obtener un beneficio empresarial mediante la puesta en valor del rico patrimonio histórico, arqueológico, artístico, religioso, gastronómico, folclórico, etc. en la comarca de la Vega Baja del Segura, en particular, del municipio de Jacarilla y, en general,

de otras zonas cercanas; sería una oportunidad de negocio para muchos emprendedores.

Según el Plan de empresa de una Agencia de turismo cultural de la Generalitat Valenciana, los datos de demanda de este tipo de servicios turísticos y el perfil de sus usuarios avalan su potencialidad empresarial. Para ello, la empresa organizará rutas, visitas y todo tipo de actividades relacionadas con el ámbito cultural. Junto a los espacios de mayor atractivo tradicional, la empresa ofrecerá otros espacios y servicios más innovadores, adaptados a las nuevas tendencias turísticas.

El turista cultural busca nuevas experiencias de ocio y enriquecimiento durante sus vacaciones a través de actividades relacionadas con el patrimonio, que habitualmente combina con otros servicios turísticos. De hecho, la motivación vacacional-cultural es el segmento de mayor volumen de la Comunidad, cuyo porcentaje alcanza más del 77%. Se trata de un perfil de visitante que viaja en familia y que combina su tiempo de descanso –normalmente en periodo estival– con otro tipo de experiencias, que incluye las culturales, gastronómicas y de ocio.

El turista que visita estas poblaciones de la Comarca muestra un creciente interés por distintas actividades relacionadas con el turismo cultural, en especial sobre parques naturales, gastronomía, actividades culturales, fiestas, artesanía y ocio.

Por tanto, las posibilidades que ofrece el turismo cultural en estos municipios son altas para una empresa dedicada exclusivamente a este sector.

A este perfil se une la voluntad de la Administración por conservar y poner en valor el patrimonio cultural como forma de fomento de la cultura y, también, como recurso turístico singular o complementario a otros tipos de servicios turísticos.

Las compañías que ofrecen actividades culturales han experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Entre los productos que ofertan, podemos encontrar:

- Visitas guiadas
- Rutas e itinerarios por el patrimonio natural y cultural
- Rutas y eventos gastronómicos
- Servicios complementarios para otras actividades
- Excursiones escolares

Teniendo en cuenta la legislación vigente de la Comunidad Valenciana, una empresa de turismo cultural debe inscribirse como una agencia de viajes, puesto que son las únicas que están facultadas para realizar ofertas de paquetes turísticos que incluyan la manutención, el transporte, las actividades culturales, etc., y, además, contratar otra serie de servicios que describiremos a continuación.

A pesar de que no existe una figura específica que proporcione en exclusiva paquetes turísticos culturales, las empresas han suplido estas carencias por medio de varias situaciones:

- Guías turísticos freelance* habilitados que ofrecen visitas a distintos bienes y espacios del patrimonio natural y cultura.
- Agencias de viajes que ofertan productos culturales en su carta de servicios, aunque éstos suponen una proporción escasa de su negocio.
- Empresas, inscritas como agencias de viajes, que prestan servicios considerados de turismo cultural.
- Empresas que, bajo otra inscripción, desarrollan las actividades relacionadas con el turismo cultural, contratando servicios para grupos.
- Empresas organizadoras de eventos, cuya carta de servicios incluye actividades relacionadas con recursos culturales.

Podemos concluir en este tema que:

- El cometido de las agencias de turismo cultural no está recogido por la legislación vigente. En sentido contrario, las empresas que han suplido esta carencia hasta el momento, como las agencias de viajes y los guías turísticos, sí cuentan con una normativa administrativa.
- La agencia de turismo cultural oferta un producto completo, que le permite contratar o reservar servicios turísticos, frente a los guías turísticos habilitados, que sólo proporcionan una parte de aquél. Además, la agencia puede publicar sus propios servicios con sus ofertas, en papel o en Internet.
- Los clientes potenciales de esta empresa cultural serán las empresas organizadoras de eventos y congresos, las administraciones públicas, las escuelas, las agencias de viaje y los turoperadores.

A pesar de que no debes olvidar al turista en general, normalmente el tipo de servicios que ofrecerá tu empresa no se contratan directamente, sino que casi siempre, se realizan por medio de intermediarios.

- El perfil-tipo de usuario resulta muy variado, atendiendo a los clientes potenciales que hemos descrito anteriormente. No obstante, todos los estudios indican que el turista cultural en nuestro marco de actuación presenta las siguientes características: su motivación principal es vacacional, pero realiza actividades de distinto tipo durante su estancia para vivir experiencias y enriquecerse culturalmente; viaja en familia normalmente; y elige destinos turísticos que destacan por su belleza paisajística y su oferta cultural. Por su parte, la motivación principal del turista experiencial es la cultura; tiene un alto nivel de estudios y se interesa por los destinos con riqueza en patrimonio histórico y cultural.

- Habitualmente, la agencia de turismo cultural se constituirá bajo la forma jurídica de un empresario individual (autónomo). Los recursos turísticos que albergan los municipios de la Comarca de la Vega Baja del Segura del interior y de la costa permiten localizar la empresa en una zona con infraestructuras hoteleras, afluencia de viajeros y recursos patrimoniales suficientes.

- El volumen de inversión necesario para crear la empresa no es elevado, lo que facilita, a su vez, la entrada de competidores en el mercado.

- Los productos que oferte la agencia de turismo cultural tendrán un carácter fijo, con una oferta semanal, aunque estén sometidos a variaciones en función de que nos encontremos en temporada alta o baja. A pesar de ello, la empresa debe mantener una cierta adaptación y flexibilidad que le permita ofertar nuevos servicios en función de las necesidades de los clientes.

- El promotor de la empresa se encargará de la labor comercial y publicitaria, que consiste en la publicación de folletos y en la difusión de los servicios que ofrece la empresa a través de una web propia.

- Como en cualquier otra actividad, las empresas requieren un periodo de tiempo para obtener unos ingresos regulares, esto es, para que los clientes conozcan los servicios que ofrecen y adquieran sus productos regularmente. Entretanto, el promotor deberá prever los gastos que precisa su proyecto y establecer formas de financiación, al margen de los ingresos que se produzcan una vez iniciada la actividad.

Estructura de la agencia de turismo cultural

El análisis de la actividad de una agencia de turismo cultural nos ha permitido llegar a las siguientes conclusiones: la agencia se constituye, bajo la forma jurídica de una agencia de viajes, como una empresa individual (autónomo), aunque mantiene una plantilla flexible; oferta un servicio turístico completo y especializado, destinado tanto a colectivos como a turistas en general.

Los clientes potenciales. ¿A quién puedo vender mis productos?

Los clientes potenciales de tu empresa serán los turistas que estén interesados en el patrimonio cultural de la zona. No obstante, la mayoría de usuarios de los servicios turísticos culturales no contratan directamente con la empresa, sino que utilizan a intermediarios, que suelen ser:

- Turistas en general
- Empresas y asociaciones en general
- Empresas organizadoras de eventos, como congresos y exposiciones - Instituciones públicas
- Hoteles, turoperadores y agencias de viajes
- Centros escolares

Resulta difícil establecer el tamaño del mercado sobre el que puede actuar la agencia de turismo cultural, puesto que se trata de un servicio turístico nuevo sobre el que no tenemos datos de referencia o informaciones relevantes. Conocer las dimensiones exactas del mercado del turismo cultural resulta complicado, debido a que los productos que ofrece son nuevos y no existen registros ni estudios que nos puedan valer como punto de partida.

DAFO de la Agencia de turismo cultural

El siguiente análisis DAFO te permitirá conocer los puntos positivos y negativos de la Agencia de turismo cultural:

| FACTORES NEGATIVOS | | |
|--------------------|--|--|
| DEBILIDADES | AMENAZAS | |
| FACTORES NEGATIVOS | <p>Problemas para financiar la empresa y darla a conocer.</p> <p>Consideración como servicio complementario.</p> <p>Especialización de producto turístico cultural.</p> <p>Dependencia de otras empresas para atraer a los potenciales clientes.</p> | <p>Competencia con otras actividades turísticas.</p> <p>Baja inversión que favorece la entrada de nuevos competidores.</p> <p>Fuerte estacionalización de la demanda.</p> <p>Abandono y obsolescencia de los recursos patrimoniales y falta de inversión.</p> <p>Ausencia de una legislación específica.</p> |
| | FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| FACTORES POSITIVOS | <p>Riqueza cultural de la zona de la Comarca.</p> <p>Carácter social de los productos.</p> <p>Localización en una zona turística.</p> <p>Sinergias con otros productos turísticos.</p> <p>Perfil profesional especializado del promotor.</p> | <p>Complementariedad con turismo rural y de sol y playa.</p> <p>Desarrollo previo del sector turístico.</p> <p>Puesta en valor de los recursos patrimoniales.</p> <p>Mayor nivel de renta e interés del turista cultural.</p> <p>Demanda creciente del turismo cultural</p> |
| | FACTORES POSITIVOS | |

7-CONCLUSIÓN

Se concluye que el Turismo Cultural se ha revelado como una de las actividades que ofrece grandes posibilidades de desarrollo en una pequeña localidad, comarca o región.

El Turismo Cultural se considera la segunda motivación de los turistas para escoger su destino vacacional, sólo por detrás de la calidad-precio.

Entre sus rasgos destaca la atracción del turismo fuera de temporada alta, el gasto del turista se encuentra por encima de la media y la imagen positiva que proyecta el conocimiento del patrimonio.

También se ha comprobado que el Turismo Cultural es un recurso complementario de otros tipos de turismo (rural, de sol y playa, de congresos). Esta característica podría ser una solución al problema de la alta estacionalización que sufren los municipios costeros de la Comarca.

El turista cultural busca nuevas experiencias de ocio y enriquecimiento durante sus vacaciones, a través de actividades relacionadas con el patrimonio, que combina con otros servicios turísticos.

Por otro lado, también se aprecia la voluntad de la Administraciones públicas de la Comarca por conservar el patrimonio como fomento de la cultura y como recurso turístico singular o complementario a otros servicios turísticos, pero esto no es suficiente. Por ello, existe la necesidad de emprendimiento en empresas culturales en la Comarca de la Vega Baja que fomenten este tipo de turismo.

Descubrimos como un potencial atractivo turístico para la Comarca de la Vega Baja, y, en concreto, para la localidad de Jacarilla, el Complejo arquitectónico, histórico y cultural formado por el Palacio, Jardín Histórico, Iglesia, Casa Cuartel y Escuelas del II Marqués de Fontalba de Jacarilla.

La rehabilitación del Palacio por el Ayuntamiento de Jacarilla y su declaración como Bien de Interés Cultural (BIC) por la Diputación de Alicante, le daría un valor a este patrimonio que provocaría una serie de oportunidades de negocio en la localidad de Jacarilla y en la Comarca de la Vega Baja del Segura. Además, contribuiría a su desarrollo económico, social y territorial.

Como ejemplo de oportunidad de negocio, sería la creación de Agencias de Turismo Cultural en la zona. Con ellas, se podría obtener un beneficio empresarial de la puesta en valor de este patrimonio histórico, arquitectónico y artístico como el Palacio y Jardines del Marqués de Fontalba, con su debida promoción.

Este patrimonio se incluiría en rutas e itinerarios guiados entre las poblaciones de la Comarca de la Vega Baja del interior y de la costa. Las Administraciones públicas ponen a disposición de las empresas apoyo institucional a través de la presencia en ferias, difusión de publicidad o la creación de marcas promocionales, bajo las que se puede publicitar los servicios de las empresas culturales.

Toda esta promoción de este atractivo turístico patrimonial llevaría la creación de nuevas oportunidades de negocio, como hoteles, restaurantes, servicios de transporte en la zona.

Finalizando, el Turismo Cultural se ha convertido en un sector con una demanda creciente en los últimos años que permitirá con un producto de calidad complementar el turismo habitual de sol y playa y, también, el turismo rural de los municipios de la Comarca de la Vega Baja y, además, paliar el desequilibrio que se produce en el período estival y el resto del año.



8-BIBLIOGRAFIA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

-Aprendedeturismo.org. (2018). Evolución y tendencias del turismo cultural | Aprende de Turismo - Capacitación gratis en turismo. [online] Disponible en: <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>

-Cassagne, J.C. y Gambier, B. 2011. “*Protección de un bien de interés cultural*”, Buenos Aires. La Ley.

-Castro Álvarez, U. (2010). Tesis doctoral de Ciencias Sociales. Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: La región Costa Sur de Nayarit (México). Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/uca/Los%20efectos%20del%20turismo%20y%20la%20emergencia%20estructural.htm>

--De, B. and Turísti, C. (2018). COYUNTUR. [online] Disponible en: <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisisturistico/coyuntur/trimestrales/Coyuntur%2030.%20Primer%20trimestre%202018.pdf>

-Definición ABC. (2018). “*Definición de Turista*”. [online] Disponible en: <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>

-Diario EL MUNDO. “*La Comunidad cierra el año con 9 millones de visitantes internacionales y un gasto de 8.700 millones*”. [online].23/12/2017 Disponible en: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2017/12/23/5a3e461fca4741025e8b461a.html>

-Diario La Vanguardia. “*La Comunidad Valenciana la segunda con más aumento de turistas extranjeros*”. 04/04/2018. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/politica/20180404/442178659272/la-comunitat-valenciana-la-segunda-con-mas-aumento-de-turistas-extranjeros.html>

-Diferencia entre turistas, e. (2018). Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros - Entorno Turístico. [online] Entorno Turístico. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

-El DIARIO. 05/04/2004. “*La recompensa de ser Bien de Interés Cultural*”. Disponible en: https://www.eldiario.es/cultura/recompensa-Bien-Interes-Cultural_0_246375469.html

-El palacio de los Marqueses de Fontalba de Jacarilla. (2013). Disponible en: <http://embolicart.blogspot.com/2013/06/el-palacio-de-los-marqueses-de-fontalba.html>

- Entornoturistico.com. (2018) “*¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?*”. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

-Es.wikipedia.org. (2018).” *Vega Baja del Segura*”. [online] Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Vega_Baja_del_Segura

-Es.wikipedia.org. (2018). Bien de Interés Cultural (España). [online] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Bien_de_Inter%C3%A9s_Cultural_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Bien_de_Inter%C3%A9s_Cultural_(Espa%C3%B1a))

-Exceltur. Perspectivas del primer trimestre de 2018. Comunicado de Prensa. Madrid. 18/04/2018. Disponible en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/Nota-de-prensa-Perspectivas-Tur%C3%ADsticas-1Tr-2018.pdf>

-Exceltur. Principales conclusiones sobre el Empleo en el Sector Turístico Español. Comunicado de Prensa. Madrid. 25/04/2018. Disponible en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/Nota-de-Prensa-EXCELTUR-Estudio-sobre-el-Empleo-en-el-Sector-Tur%C3%ADstico-Espa%C3%B1ol.pdf>

-Gálvez Ferrández, Manuel. 2012 “*El II Marqués de Fontalba, Don Francisco de Cubas Erice, y Jacarilla*”. Excmo. Ayuntamiento de Jacarilla. Concejalía de Cultura. Generalitat Valenciana. A-628-2012. Pp.161

-Gálvez Ferrández, Manuel. 2010. “*Historia de Jacarilla Siglo XIX. 1. Los Sandoval*.” Excmo. Ayuntamiento de Jacarilla. Concejalía de cultura. Generalitat Valenciana. A-405-2010. P.p.46.

Gálvez Ferrández, Manuel. (2011). *“Historia de Jacarilla. Siglo XIX. 2. Don Francisco Sandoval Togores (1775-1832). Señor Territorial de Jacarilla 1811-1832”*. Excmo. Ayuntamiento de Jacarilla. Concejalía de cultura. Generalitat Valenciana. A-357-2011. P.p.84.

-González Reverté, F. y Pérez Fernández, E. *“Planificación y gestión de destinos y atracciones de Turismo Cultural”*. Universidad Abierta de Cataluña. PID_0151142. Disponible en:

http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/6844/10/Turismo%20cultural_M%C3%B3dulo4_Planificaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20destinos%20y%20atracciones%20de%20turismo%20cultural.pdf

-Guía de Actividades empresariales: Turismo Cultural. Generalitat Valenciana. Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial. Disponible en: https://issuu.com/aedlmic/docs/turismo_cultural

-Guía de Actividades empresariales: Gestión de patrimonio Cultural. Generalitat Valenciana. Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial. Disponible en: <http://ceeivalencia.emprenemjunts.es/?op=8&n=392>

-Martínez, A. C., y Ferrández, N. M. (2011). *“Crisis de una forma de vida tradicional. La Vega Baja del Segura.”* GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales, 2(10), 1-27.-

- Melis Maynar, A., y Canales Martínez, G. 1996. *“El trabajo a domicilio en la Vega Baja del Segura (Alicante): origen y desarrollo en un municipio agrícola”*. Investigaciones Geográficas nº 16. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc3f528>

-Mendoza Mora, Ludmila. (2007). *“Importancia del turismo cultural y el turismo como alternativa estratégica al desarrollo”*. Estudios Socioculturales. Disponible en: https://www.ecured.cu/Turismo_cultural

-Jacarilla (2018). Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Jacarilla>

-Plan de empresa: Agencia de Turismo Cultural. Programa de Fomento de empleo y desarrollo local de la Comunidad Valenciana. Generalitat Valenciana. Disponible en: <http://www.guardamardelsegura.es/wp-content/uploads/2017/06/CULTURAL.pdf>

- PROBUEN ADVISORY. 24/04/2018. *“Importancia del turismo en España”*. Disponible en: <https://www.probuen.es/blog/la-importancia-del-turismo-para-la-economia-espanola/>

-Turismo Natural. Sitio: Importancia.org. Fecha: 21/03/2014. Autor: francisco.
URL: <https://www.importancia.org/turismo-natural.php>

- Zikmund William G. (2003): “Fundamentos de investigación de mercados”. 2ª Edición. Madrid. Thomson.

