

Análisis estratégico de la industria turística en la zona de la Vega Baja

Trabajo Fin de Grado

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela
Grado en Administración y Dirección de Empresas

Autor:

D. Marcos Loza Galindo

Tutor:

D. Antonio José Verdú Jover

Curso académico:

2022-2023

Septiembre, 2023

Agradecimientos:

A lo largo de estos años de formación, quiero agradecer mi más sincero agradecimiento a mi familia y amigos, cuyo constante apoyo, y palabras de ánimo han sido el motor que impulsó mi camino. Especialmente a mis amigos **Vane y Jorge**, por su constante cariño y paciencia, quienes me insistían, me animaban, e incluso si fuera necesario me regañaban, todo ello para que nunca dejara de hacer lo que era importante y conveniente para mí. A través de los desafíos, su compañía y confianza depositadas en mí, han sido mi mayor fortaleza. No solo durante la realización de este trabajo, sino a lo largo de toda mi carrera, su presencia y amor incondicional han sido mi fuerza. También un agradecimiento especial a mi compañero de clase **Santiago**, cuya amistad a enriquecido mi vida de manera personal, y quien me brindó su ayuda en todo momento para conseguir mis objetivos.

Además, también quiero agradecer a mis profesores, quienes con sus conocimientos y dedicación han guiado mis pasos en este trayecto académico. En especial, a mi profesor y decano de la facultad, **Don Antonio José Verdú Jover**, quien no dudó en convertirse en mi tutor del presente trabajo y me ayudó a la realización del mismo. Cada lección compartida, cada consejo brindado, ha sido un tesoro invaluable que ha contribuido a mi crecimiento tanto como estudiante, como persona.

En resumen, agradezco a todos aquellos que creyeron en mí incluso cuando dudé de mis propias capacidades y me alentaron a superar los obstáculos. Sin su apoyo constante, no habría llegado hasta aquí. Finalmente, dedico un agradecimiento especial a mí mismo. Por la determinación y la perseverancia que me llevaron a este momento. Este logro no solo es el resultado de mi esfuerzo, sino de todos aquellos que me brindaron su apoyo y cariño. ¡Gracias a todos!

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO TEORICO	1
2.1 Concepto y tipos de turismo.....	1
2.2 Evolución histórica y tendencias del sector; (tecnología y sostenibilidad).....	3
2.2.1 Evolución del turismo en la vega baja.....	5
2.2.2 Evolución de las agencias de viajes.	7
2.2.3 Modelo de Destino Turístico Inteligente DTI	10
3. ANALISIS INTERNO DEL SECTOR TURISTICO EN LA VEGA BAJA	12
3.1 Análisis de la oferta turística de la comarca.....	12
3.1.1 Variables relevantes en la oferta turística	13
3.1.1.1 Tecnología disponible.....	14
3.1.1.2 Infraestructura turística	15
3.2 Análisis de los recursos y capacidades del sector	17
3.2.1 Recursos naturales.....	17
3.2.2 Patrimonio cultural.....	19
4. ANALISIS EXTERNO DEL SECTOR TURISTICO DE LA VEGA BAJA	20
4.1 Análisis del entorno económico	20
4.2 Análisis del entorno político-legal	24
4.3 Análisis del entorno sociocultural	27
4.3.1 Patrimonio literario y territorial	27
4.3.1.1 Parque cultural de la vega baja.....	28
4.4 Análisis del entorno ecológico	29
4.4.1 El rio segura y su entorno.....	29
4.4.2 La huerta como patrimonio agrícola	29
4.4.3 La agricultura local.....	31

4.4.4	Paisajes y espacios naturales protegidos	31
4.4.5	El turismo en el medio rural.....	33
4.5	Análisis del entorno tecnológico.....	35
4.5.1	Principales tecnologías usadas en el sector turístico.....	35
4.5.2	Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico.....	39
4.5.3	Barreras tecnológicas en el sector turístico.....	40
4.5.4	Tecnología en el sector turístico en la comarca de la vega baja.....	40
5.	ANALISIS DAFO.....	42
5.1	Identificación de las debilidades del sector.....	42
5.2	Identificación de las fortalezas del sector.....	44
5.3	Identificación de las oportunidades del sector	44
5.4	Identificación de las amenazas del sector.....	45
5.5	Resumen del análisis DAFO	47
6.	ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR TURISTICO EN LA COMARCA DE LA VEGA BAJA.....	47
6.1	Estrategia a largo plazo en la Vega Baja del Segura.....	48
6.2	Plan de Marketing de la Vega Baja de Segura 2022-2024	49
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
7.1	Síntesis de los resultados obtenidos e implicaciones y recomendaciones para el sector turístico en la comarca de la Vega Baja.....	51
8.	BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFIA.....	53
8.1	Referencias bibliográficas utilizadas en el trabajo.....	53
8.2	Webgrafia.....	55

1. INTRODUCCIÓN

El turismo, como motor clave de desarrollo económico y cultural, desempeña un papel fundamental en la configuración de las dinámicas regionales y en la promoción de la identidad local. En este contexto, el presente trabajo se centra en un análisis del sector turístico en la zona de la Vega Baja. Esta región, con su herencia histórica, recursos naturales y patrimoniales, se presenta como un estudio de caso revelador para comprender las complejidades y oportunidades que el turismo puede ofrecer a nivel local.

La industria turística ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, impulsadas por la globalización, las tecnologías emergentes y la creciente conciencia sobre la sostenibilidad. En este contexto, el análisis del sector turístico en la zona de la Vega Baja se convierte en objeto de estudio de gran importancia. Dicha región, enclavada en un entorno natural singular y con una variada herencia cultural, presenta un potencial considerable para el turismo. No obstante, este potencial debe ser abordado con cautela y visión estratégica para garantizar que el crecimiento turístico sea sostenible, respetuoso con la identidad local y beneficioso tanto para los visitantes como para la comunidad residente.

El objetivo principal de este trabajo final de grado es realizar un análisis completo del sector turístico en la zona de la Vega Baja. Se buscará comprender las tendencias actuales, los desafíos y las oportunidades que definen la dinámica turística en esta región. Además, se pretende evaluar la capacidad de la Vega Baja para desarrollar y mantener un turismo sostenible, que conserve su patrimonio cultural y natural, al tiempo que promueva el desarrollo económico local. También se abordarán aspectos como evolución del sector, fortalezas y debilidades, la interacción con las nuevas tecnologías, así como las estrategias adoptadas para el sector turístico.

En las secciones subsiguientes de este trabajo, se analizarán más en detalle los componentes clave del sector turístico en la zona de la Vega Baja para contribuir al conocimiento académico a través de este trabajo.

2. MARCO TEORICO

2.1 Concepto y tipos de turismo

Según la (Organización Mundial del Turismo , 1994), el turismo se refiere a las actividades de personas que viajan a lugares distintos a su residencia habitual, con una estancia que no excede un año consecutivo, motivados por diversas razones, como el

placer, los negocios o cualquier otro propósito. Este concepto abarca la amplia gama de movimientos temporales de personas y resalta que el turismo no se limita solo al ocio, sino que también incluye viajes con fines comerciales y otros motivos. El turismo es una industria muy amplia y diversa que abarca una variedad de actividades relacionadas con la planificación, el transporte, el alojamiento, la gastronomía, el entretenimiento, etc.

El sector turístico abarca una gran variedad de tipos, pero entre los más significativos se encuentran los siguientes:

Turismo de sol y playa: Este tipo de turismo se centra en la búsqueda de climas cálidos y buenas playas. Los viajeros buscan relajarse, tomar el sol, nadar y participar en actividades acuáticas en destinos costeros. Es muy popular en regiones con climas tropicales y costas atractivas.

Turismo residencial: También conocido como turismo de segunda residencia, implica la compra o alquiler de propiedades en lugares diferentes al lugar de residencia habitual. Las personas utilizan estas propiedades como escapadas regulares o vacaciones prolongadas.

Turismo rural: Enfocado en las áreas rurales, este tipo de turismo busca experiencias auténticas en entornos rurales. Los viajeros pueden participar en actividades agrícolas, disfrutar de la naturaleza, aprender sobre la vida rural y escapar del bullicio de las ciudades.

Turismo gastronómico: Los amantes de la comida se embarcan en viajes para explorar y disfrutar de la cocina local y regional. Esto puede incluir visitas a mercados, restaurantes tradicionales, bodegas y clases de cocina.

Turismo de naturaleza: Los viajeros interesados en el ambiente y el entorno natural optan por este tipo de turismo. Pueden participar en actividades como el ecoturismo, el avistamiento de aves, el senderismo, y la exploración de parques naturales.

Turismo cultural: Se trata de experimentar la historia, la cultura y las tradiciones de un lugar. Los viajeros visitan museos, sitios históricos, festivales culturales y monumentos para aprender sobre la identidad y el patrimonio de una región.

Turismo de ocio: Este tipo de turismo abarca actividades de entretenimiento y recreación, como visitar parques de atracciones, disfrutar de eventos deportivos, asistir a conciertos y realizar actividades recreativas diversas.

El turismo es una industria diversa que abarca varios sectores, como el alojamiento, restauración, agencias de viajes, operadores turísticos, transporte de pasajeros, actividades turísticas y servicios complementarios. Según la clasificación nacional de actividades económicas (CNAE, 2009) utilizada en España, el alojamiento se clasifica bajo los códigos 5510-5590, y estos pueden ser, (hoteles, campings, hostales y otros alojamientos similares). La restauración con los códigos 5610-5630, este sector se compone de (restaurantes, bares, establecimiento de bebidas y otros puestos de comida). Las agencias de viajes y los operadores de actividades relacionadas con el turismo sus códigos según clasificación 7911-7990. Así mismo, el sector del transporte de pasajeros, que engloba actividades como, (transporte urbano y suburbano de pasajeros, transporte aéreo de pasajeros, transporte marítimo de pasajeros, etc.), bajo los grupos 49, 50 y 51. Cada uno de estos sectores contribuye de manera significativa al desarrollo del turismo, generando empleo y riqueza en las economías locales.

2.2 Evolución histórica y tendencias del sector; (tecnología y sostenibilidad)

Según el análisis realizado por los autores (Vacas & Landeta, 2009). El turismo era una actividad minoritaria y se centraba principalmente en el turismo cultural y el turismo de élite, (personas con alto poder adquisitivo). En 1951, se creó el ministerio de información y turismo en España, lo que demostró la preocupación del gobierno por el desarrollo del sector turístico. Sin embargo, el nuevo ministerio no contó con los recursos presupuestarios suficientes para cumplir con los objetivos previstos. Para paliar esta escasez de recursos, se estableció la “póliza turística”, una tasa sobre las pernoctaciones hoteleras que se destinaba a cubrir algunos gastos de funcionamiento, mantenimiento y conservación de monumentos artísticos. Según fuentes del ministerio, en la década de los cincuenta, la oferta hotelera en España era muy limitada y se encontraba principalmente en las zonas turísticas ya existentes.

En este sentido los autores (Vacas & Landeta, 2009) destacan que, en la década de los años 60 y 70 se produce un auge del turismo en España, que transformó el litoral mediterráneo y trajo a oleadas de visitantes que debían ser atendidos. El aumento de la

demanda se debió al aumento del nivel de vida en Europa, la extensión de las vacaciones pagadas, la organización de vuelos chárter y la gran diferencia de precios entre esos países y España. Como resultado, España se convirtió en un país receptor de turismo de multitudes y necesitó crear rápidamente una infraestructura hotelera y turística para satisfacer la demanda.

(Vacas & Landeta, 2009) también resalta que, los países emisores europeos se especializaron en la creación de operadores turísticos y compañías chárter, mientras que España, como país receptor, tuvo que mejorar sus infraestructuras, creando una planta hotelera, restaurantes, agencias de viajes receptoras para satisfacer la creciente demanda. En resumen, los autores destacan la rápida transformación que experimentó España para convertirse en un destino turístico popular en la década de los años 60 y 70. En la década de los 80, las comunidades autónomas tomaron un papel relevante en las decisiones en materia turística, fomentando el turismo en el interior de España, así como el turismo cultural en algunas ciudades históricas del país.

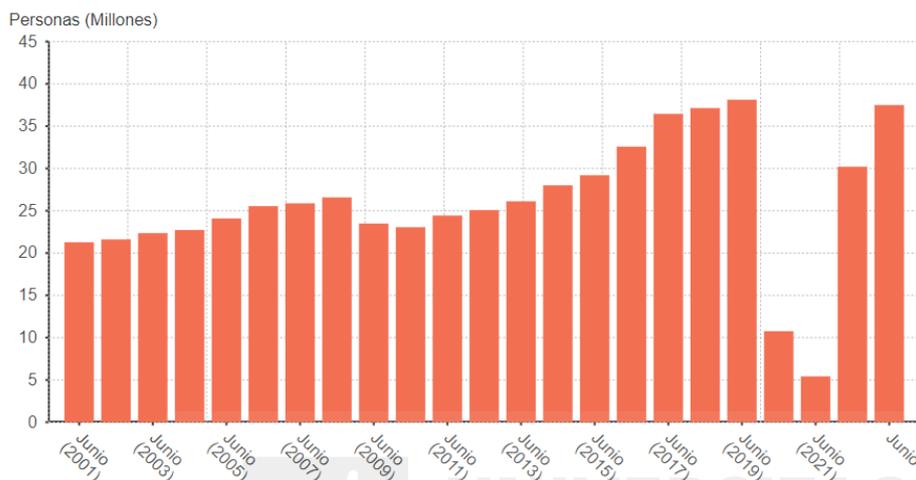
Desde el inicio de la pandemia de marzo de 2020, se han establecido restricciones globales a la interacción social que han limitado la movilidad de las personas, especialmente en los viajes internacionales, lo que es principalmente significativo para España ya que este sector es importante en términos de valor añadido y empleo, como señalan los autores (García, Gómez Loscos, & Martín, 2021). Aunque la pandemia fue un evento bastante negativo para el sector, la actividad turística se fue recuperando gradualmente hasta situarse actualmente a niveles previos a la crisis derivada por el covid-19.

El siguiente análisis, Contempla un gráfico que ilustra la evolución de la llegada de turistas extranjeros a España a lo largo de los años. Este gráfico representa una herramienta esencial para comprender la dinámica de la industria turística en el país y cómo ha evolucionado en respuesta a diversos factores económicos, sociales y políticos. El gráfico muestra una serie histórica que abarca desde (2001 hasta el 2023), reflejando el número de turistas extranjeros que visitaron España en cada año. Al observar el gráfico, se puede notar posibles periodos de crecimiento sostenido, estabilidad o fluctuaciones. Estos cambios pueden estar relacionados con eventos significativos, como cambios económicos globales, reformas en las políticas turísticas, etc.

Cabe resaltar que en el siguiente gráfico se muestra claramente una tendencia bajista en el año 2008 como consecuencia de la crisis financiera que perjudicó en gran medida al sector turístico. Asimismo, se observa una notable caída del turismo en los años 2020 y 2021 debido a la crisis derivada por la pandemia de COVID-19, lo que refleja el impacto significativo de eventos globales en la industria turística española.

Imagen: 1

Evolución de la llegada de turistas extranjeros a España



Fuente: (epdata, 2023).

Este análisis no solo nos brinda una comprensión más profunda de la evolución de la llegada de turistas extranjeros, sino que también nos permite contextualizar la información en este documento.

2.2.1 Evolución del turismo en la vega baja

La comarca de la vega baja del Segura, está situada al sur de la provincia de Alicante. Tiene una superficie de 980 kilómetros cuadrados, con una población de 400.630 habitantes en total, según datos del instituto nacional de estadística. (INE, 2022) la zona se divide en 27 municipios: Albuera, Algorfa, Almoradí, Benejúzar, Benferri, Benijófar, Bigastro, Callosa de Segura, Catral, Cox, Daya Nueva, Daya Vieja, Dolores, Formentera del Segura, Granja de Rocamora, Guardamar del Segura, Jacarilla, Los Montesinos, Orihuela, Pilar de la Horadada, Rafal, Redován, Rojales, San Fulgencio, San Isidro, San Miguel de Salinas y Torre Vieja. Así mismo, los municipios más turísticos en la actualidad son los que se sitúan en la costa, Orihuela-costa, Torre Vieja, Guardamar del Segura y el pilar de la horadada.

embargo, se reconoce que ha desempeñado un papel importante 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 Vega Baja, el turismo residencial es el modelo hegemónico. La comarca, que tradicionalmente se sustentaba en la agricultura, ha ido concentrándose cada vez más en la construcción de viviendas enfocadas a la venta a los turistas. Se ha requerido una abundante mano de obra tanto local como comarcal en un primer momento, y posteriormente también nacional e inmigrante. La comarca ha sido tradicionalmente una zona agrícola como se comentaba al principio de este párrafo, pero en las últimas décadas ha dependido más de los sectores de la construcción y el turismo, especialmente el turismo residencial, como mantienen los autores, (MARTÍNEZ GUIRAO & MAZÓN MARTÍNEZ, 2016).

2.2.2 Evolución de las agencias de viajes.

Según (Acerenza, 2015), cuando hablamos del negocio turístico y las agencias de viajes, es importante destacar a los pioneros que comenzaron a comercializar exitosamente en esta actividad mucho antes de que el turismo se convirtiera en algo lucrativo y beneficioso para la sociedad. Dos de estos pioneros son Thomas Cook y Henry Wells, quienes casualmente comenzaron sus actividades en el mismo año, 1841, uno en Inglaterra y el otro en los Estados Unidos de América.

(Acerenza, 2015) destaca que, aunque Thomas Cook fue el pionero en el negocio de los viajes turísticos, no fue el único. En cualquier negocio lucrativo, surge competencia rápidamente. En 1844 Henri Gaze se convirtió en un competidor importante en la organización de viajes. En 1850, otro agente de viajes llamado Thomas Bennet creó el Individual Inclusive Tour (IIT), que Cook adoptó de inmediato. En ese mismo año, en tan solo un mes, Cook vendió 500 programas en colaboración con Great Eastern Railway. Hacia 1878, se estima que había unas 250 agencias de viajes funcionando en todo el mundo, y en ese año se fundó la primera agencia de viajes italiana. A medida que pasaba el tiempo, el número de agencias de viajes aumentó, y contribuyeron cada vez más al desarrollo de la actividad turística a nivel mundial.

El sector turístico ha experimentado una profunda influencia de internet, una herramienta que ha permitido a los usuarios acceder a ofertas de viajes sin necesidad de intermediarios

como las agencias de viajes. Esta transformación ha sido impulsada por varias razones, entre ellas los costes más bajos, la amplia variedad de productos y servicios, así como la posibilidad de conocer las experiencias de otros usuarios, lo cual ha enriquecido el catálogo vacacional y lo ha puesto al alcance de un clic.

El impacto de la tecnología ha diversificado el catálogo de ofertas y ha planteado preguntas fundamentales sobre el futuro de las agencias de viajes, incluyendo su subsistencia misma. Algunos argumentan que el surgimiento de estas nuevas herramientas ha puesto en peligro la vida útil de las agencias, mientras que otros consideran que se han convertido en un aliado estratégico para alcanzar diferentes segmentos de mercado.

El sector turístico, incluyendo a las agencias de viajes, se encuentra en un entorno marcado por las innovaciones tecnológicas, la creciente demanda de calidad por parte de los consumidores, el aumento de la competencia y los cambios en el sistema de distribución turística.

Un estudio de Google Travel revela que el 74% de los viajeros de placer planean sus viajes a través de Internet, mientras que solo el 13% lo hace a través de agencias de viajes. El teléfono móvil se ha convertido en el gran protagonista de las nuevas formas de viajar, asumiendo roles como guía turístico, agencia de viajes, localizador de los mejores restaurantes, mapa, entre otros. De hecho, según TripAdvisor, el 45% de los usuarios utilizan su teléfono móvil para todas las actividades relacionadas con sus vacaciones. Esto ha generado la necesidad de que las empresas adapten su comunicación y servicios a estos dispositivos. (Retana, 2020)

Aunque la tecnología ha ganado terreno, las agencias físicas que se dedican exclusivamente a viajes vacacionales aún tienen una posición sólida para prosperar en esta nueva era de los viajes. A pesar de la importancia creciente de la tecnología en el sector, muchos consumidores todavía valoran el contacto personal, como afirma la Asociación Costarricense de Agencias de Viajes.

Sin embargo, según el autor (Retana, 2020), algunas agencias ven a la tecnología como una amenaza, ya que han experimentado una disminución en su cuota de mercado desde el auge de Internet, las agencias de viajes en línea y los teléfonos móviles en los años 90. No obstante, de cara al futuro, el desafío consiste en crear agencias que combinen el toque

personal con el poder de las nuevas tecnologías, ofreciendo experiencias personalizadas que presenten una selección atractiva de contenido relevante para los consumidores.

En la Vega Baja, la adopción de la tecnología por parte de las agencias de viajes ha sido fundamental para satisfacer las demandas y expectativas de los turistas modernos. El uso de plataformas en línea, sistemas de reservas digitales y estrategias de marketing digital ha permitido a las agencias de la zona ampliar su alcance y llegar a un público más amplio.

Aunque la competencia de las agencias de viajes en línea y la preferencia creciente por la planificación de viajes autónoma han supuesto desafíos, las agencias de la Vega Baja han encontrado formas de destacarse y agregar valor a través de servicios personalizados, asesoramiento especializado y un enfoque centrado en la experiencia del cliente.

En el futuro, las agencias de viajes de la Vega Baja deberán seguir adaptándose y aprovechando las nuevas tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, la realidad virtual y el análisis de datos, para mejorar aún más la experiencia del viajero y mantenerse competitivas en un entorno en constante evolución.

El sector del turismo está siendo redefinido por dos aspectos fundamentales: la tecnología y la sostenibilidad. Estos dos elementos se están consolidando como **tendencias** dominantes en la industria del turismo. La digitalización ha transformado la manera en que los viajeros organizan sus viajes. Permitiéndoles explorar destinos, comparar opciones y tomar decisiones informadas a través de plataformas en línea y aplicaciones móviles. La inteligencia artificial (IA) personaliza la experiencia del viajero, ofreciendo recomendaciones desde la elección del destino hasta la planificación del itinerario, mientras que la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) permiten una inmersión previa al viaje. Además, la gestión de destinos inteligentes aprovecha la tecnología para mejorar la eficiencia y la experiencia de los visitantes.

La sostenibilidad se vuelve cada vez más un imperativo en la industria turística. Los viajeros buscan experiencias que respeten el entorno y las comunidades locales. El turismo responsable se enfoca en opciones de viaje que minimizan el impacto ambiental y contribuyen a la economía local. El turismo de naturaleza y el ecoturismo son tendencias en aumento, donde los viajeros desean explorar la biodiversidad de manera responsable. Reducir la huella de carbono también es esencial, llevando a empresas turísticas a adoptar prácticas más sostenibles, desde transporte eco-amigable con el entorno hasta operaciones

hoteleras más verdes. Además, el turismo cultural y socialmente responsable promueve la interacción respetuosa con las comunidades locales y sus tradiciones.

La tendencia de la tecnología y la sostenibilidad está moldeando un nuevo paradigma en el turismo. Los viajeros disfrutan de experiencias personalizadas mientras que contribuyen positivamente a los entornos de destinos donde se alojan por un tiempo. Todo esto lleva a abrir nuevas oportunidades hacia un turismo más consciente y comprometido.

2.2.3 Modelo de Destino Turístico Inteligente DTI

El concepto de “ciudad inteligente” (Smart City) tuvo su origen principalmente en las grandes corporaciones multinacionales que producen productos relacionados con las tecnologías de la información y comunicación (TIC), tales como IBM, CISCO, Microsoft, Oracle y SAP. (Castro Álvarez, González Rodríguez, & Maldonado Duarte, 2017). Los **destinos turísticos inteligentes (DTI)**, son aquellos lugares que aplican de manera innovadora las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para mejorar la experiencia de los visitantes, la sostenibilidad ambiental, la gestión eficiente de recursos y la calidad de vida de los residentes. Estos destinos integran soluciones tecnológicas en diversos aspectos, como la movilidad, accesibilidad, la oferta cultural, la seguridad, la gestión del patrimonio, y la interacción con los turistas.

Según los autores, (Fernández Alcantud & García Moreno, 2021) Los (DTI) han implementado una metodología innovadora a nivel mundial, centrada en la integración de Tecnologías e Innovación en los procesos de trabajo con el propósito de promover la Sostenibilidad y Accesibilidad, siguiendo un modelo de Gobernanza transparente y participativa. El Gobierno de España, a través de la Secretaría de Estado, ha colaborado en la creación de un marco coherente para el proyecto DTI, en línea con la evolución de ciudades inteligentes. Esta iniciativa ha dado lugar a la Norma UNE 178501, que establece los requisitos para el Sistema de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes, así como la Norma UNE 178502, que define los indicadores y herramientas correspondientes. Este proyecto ha reforzado la competitividad y liderazgo de España en el ámbito de la política turística, despertando el interés de organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), que anualmente celebra el congreso UNWTO World Conference on Smart Destinations. Además, SEGITTUR ha contribuido en la revisión del marco sectorial del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), incluyendo una referencia al modelo de Destinos Turísticos Inteligentes. Asimismo, la

Comisión Europea ha introducido el reconocimiento "European Capital of Smart Tourism", premiando el desarrollo del turismo inteligente en ciudades europeas basado en el enfoque DTI, enaltecendo las buenas prácticas en turismo innovador, inclusivo y sostenible.

Además, los autores (Fernández Alcantud & García Moreno, 2021) resaltan que la descripción abarca los cinco fundamentos en los que se apoya un Destino Turístico Inteligente (DTI): **Innovación, Tecnología, Sostenibilidad, Accesibilidad y Gobernanza**, los cimientos para una estrategia de crecimiento que asegure la competitividad mediante una evolución constante. Se trata de un enfoque de administración que considera también la interconexión de la actividad turista y las particularidades distintivas de cada lugar de destino.

Imagen: 3

Fundamentos o ejes de la metodología DTI



Fuente: (SEGITUR, Turismo e Innovación , 2019)

La implementación de este enfoque conlleva los siguientes beneficios para el destino según los autores (Fernández Alcantud & García Moreno, 2021):

- Un aumento en la competitividad, logrado a través de una mejor utilización de los recursos turísticos existentes y la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- Un impulso al desarrollo sostenible del destino, abarcando los aspectos medioambientales, socioeconómicos y socioculturales.

- Una elevación de la calidad de la experiencia para los visitantes y una mejora en la calidad de vida de los residentes.

Este enfoque busca establecer la estrategia turística como un pilar para estimular el desarrollo económico de la región, asegurando sus impactos positivos a largo plazo. Con el fin de optimizar estos beneficios a través de la colaboración entre destinos y la transferencia de conocimientos, se estableció la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI) en febrero de 2019. Esta red permite la cooperación entre destinos a través de alianzas estratégicas y también con el sector privado, brindando acceso a servicios y soluciones que facilitan su transformación y continuidad en este proceso. La Red DTI desempeña un papel crucial en la coordinación, cooperación y reflexión, asegurando el valor del proyecto y sus efectos en el desarrollo del sector turístico y los territorios involucrados. La metodología DTI considera que la inteligencia de un destino radica en su capacidad para planificar y adaptarse continuamente a los nuevos desafíos, asegurando la competitividad y teniendo la sostenibilidad como su objetivo principal. (Fernández Alcantud & García Moreno, 2021)

3. ANALISIS INTERNO DEL SECTOR TURISTICO EN LA VEGA BAJA

3.1 Análisis de la oferta turística de la comarca

La oferta turística se refiere a todos los productos y servicios que se ofrecen a los turistas durante su viaje. Estos productos y servicios pueden incluir alojamiento, transporte, actividades turísticas, servicios gastronómicos, servicios de guía turístico, entre otros.

En términos más específicos, la oferta turística puede variar según el destino turístico y los intereses de los turistas. Por ejemplo, en un destino turístico de playa, la oferta turística podría incluir actividades como deportes acuáticos, paseos en barco, excursiones de pesca, mientras que, en un destino turístico de montaña, podría incluir actividades como senderismo, escalada.

Además, la oferta turística también puede incluir productos y servicios culturales, como visitas a museos, sitios históricos y festivales culturales, así como productos y servicios de compras, como centros comerciales y mercados locales. También es conveniente tener en cuenta a la hora de hacer un análisis de la oferta, las diferentes variables que componen la oferta turística como, precio de los bienes, tecnología disponible, infraestructura, eventos y actividades, conectividad, etc.

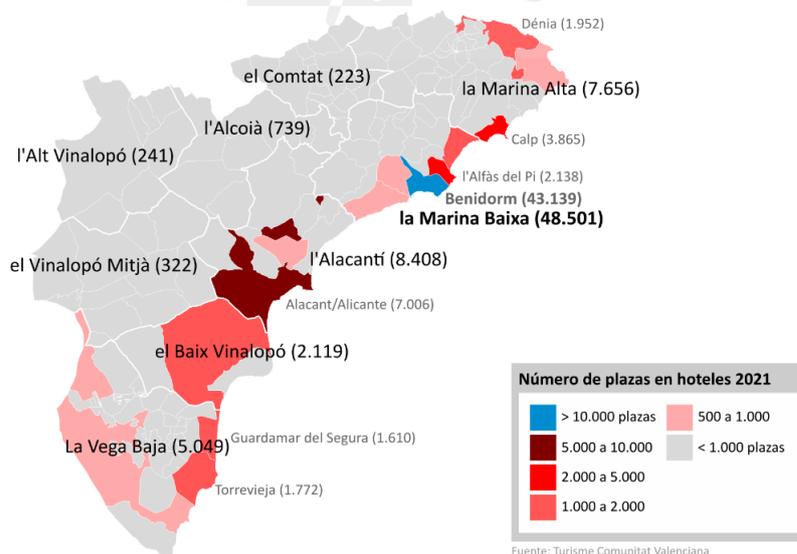
Uno de los elementos fundamentales para brindar una experiencia de calidad es la **oferta hotelera**. En este documento, se examinará el horizonte de los hoteles en la Vega Baja, y se establecerá un contraste con otras zonas turísticas cercanas, como Alicante ciudad, Benidorm y Calpe.

La comarca ha experimentado un notable aumento en su oferta hotelera, con la construcción de nuevos establecimientos en los últimos años. Hoteles, alojamientos rurales y opciones para diferentes presupuestos son parte de su oferta, mostrando un compromiso por satisfacer las necesidades cambiantes de los turistas. Aunque aún en desarrollo en comparación con las ciudades nombradas en el anterior párrafo, esta región se esfuerza por adaptarse a las preferencias de los visitantes.

La Vega Baja se posiciona con una oferta hotelera en crecimiento, pero aún en camino hacia la plena consolidación. La comparativa con otras zonas resalta la diversidad de enfoques en el sector turístico en Alicante. Continuar fortaleciendo y adaptando la oferta hotelera permitirá a la Vega Baja seguir atrayendo turistas y crecer en su contribución al turismo regional.

Imagen: 4

Oferta hotelera de la provincia de Alicante.



Fuente: Turisme Comunitat Valenciana, (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante, 2021)

3.1.1 Variables relevantes en la oferta turística

La comarca de la Vega Baja, conocida por su belleza natural y herencia cultural, ofrece una amplia gama de bienes y servicios turísticos para los visitantes que deseen explorar

esta región de España. En términos generales, los precios de los bienes y servicios turísticos en la comarca de la Vega Baja pueden considerarse atractivos y competitivos en comparación con otros destinos turísticos populares.

En cuanto al alojamiento, la comarca ofrece diversas opciones que se adaptan a diferentes presupuestos. Desde acogedores hostales y casas rurales hasta hoteles de mayor categoría, los precios varían según la ubicación y las comodidades ofrecidas.

En lo que respecta a la gastronomía, la Vega Baja es conocida por su deliciosa cocina mediterránea y platos típicos, lo que la convierte en una experiencia culinaria agradable para los visitantes. Los restaurantes y bares locales ofrecen una variedad de opciones, desde menús asequibles hasta restaurantes gourmet, brindando una experiencia gastronómica adaptada a diferentes presupuestos. Alguno de los platos más conocidos es: arroz con costra, caldo con pelota, salazones y encurtidos.

En cuanto a las atracciones y actividades turísticas, la comarca de la Vega Baja tiene mucho que ofrecer. Los precios de las entradas a lugares históricos, museos y parques naturales suelen ser razonables, lo que permite a los turistas disfrutar de su patrimonio cultural y natural sin desequilibrar su presupuesto.

En lo que respecta al transporte, la comarca cuenta con una buena conectividad y opciones para moverse dentro de la región. Los precios de los servicios de transporte público y taxis suelen ser accesibles, lo que facilita la movilidad de los visitantes.

3.1.1.1 Tecnología disponible

Según un artículo del (Diario de la Vega, 2023) el Centro de Inteligencia Digital de la Provincia de Alicante, conocido como CENID, es una iniciativa conjunta impulsada por la Diputación de Alicante, la Universidad de Alicante (UA) y la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH). Su objetivo es avanzar en la digitalización y el progreso de la provincia, centrándose esta vez en el ámbito deportivo. Los investigadores de la UA han creado un proyecto que consiste en desarrollar un mapa digital para promover la cultura de la digitalización en todos los municipios de la provincia, con el fin de mejorar la atracción del turismo deportivo.

Además, en el artículo (Diario de la Vega, 2023) se hace hincapié en que el turismo deportivo ha sido transformado por la incorporación de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana, y los municipios necesitan una herramienta de información digital que les

permita visualizar eventos, instalaciones y prácticas deportivas de manera eficiente. Los investigadores de la UA han trabajado en un proyecto de digitalización del turismo deportivo para obtener una visión real y medible del estado de la transformación digital en la provincia de Alicante. El objetivo es proponer un plan de evaluación para digitalizar los eventos e instalaciones deportivas, dando así visibilidad a la provincia a través del deporte.

Por otro lado, (Diario de la Vega, 2023) afirma que, la cámara de comercio de Orihuela ha lanzado una iniciativa innovadora y valiosa para impulsar la digitalización de las pymes en la región. Mediante cinco talleres de formación, se busca mejorar las competencias digitales de las empresas locales y optimizar sus procesos comerciales con herramientas prácticas. Esta iniciativa tiene como objetivo potenciar la digitalización en el municipio, permitiendo a las pymes aprovechar al máximo las ventajas del entorno digital. Además de fomentar la innovación y el desarrollo empresarial, el proyecto contribuye al fortalecimiento del tejido empresarial, adaptando las empresas a las demandas cambiantes y promoviendo su prosperidad en el entorno actual.

A pesar de las valiosas iniciativas impulsadas por la Cámara de Comercio de Orihuela y Diputación de Alicante para impulsar la digitalización en la comarca, es importante reconocer que aún existe una brecha tecnológica por cerrar. Si bien los talleres de formación han brindado herramientas y conocimientos prácticos, todavía hay un camino por recorrer para que todas las empresas locales puedan aprovechar plenamente las ventajas del entorno digital. La rápida evolución tecnológica y las demandas cambiantes de los consumidores exigen una continua adaptación y mejora en la implementación de soluciones digitales. Es fundamental que tanto las instituciones como las empresas sigan trabajando en conjunto para cerrar esta brecha y garantizar que la tecnología esté al alcance de todos, impulsando así el desarrollo y la competitividad de Orihuela en el panorama empresarial actual. Solo mediante esfuerzos conjuntos y una visión hacia el futuro se logrará alcanzar el máximo potencial que la tecnología puede ofrecer a la industria del turismo.

3.1.1.2 Infraestructura turística

La infraestructura turística en la comarca de la Vega Baja del Segura estaba en constante desarrollo y mejora para atender las necesidades de los visitantes y promover el turismo

en la región. Algunos aspectos destacados de la infraestructura turística en la Vega Baja incluyen:

- Alojamiento: La comarca ofrece una variedad de opciones de alojamiento, que van desde hoteles de diferentes categorías hasta casas rurales, apartamentos y campings. También hay opciones de hospedaje en pequeñas ciudades y pueblos que permiten a los visitantes experimentar la vida local.
- Gastronomía: La Vega Baja es famosa por su deliciosa cocina mediterránea, con una amplia oferta de restaurantes, bares y tabernas que sirven platos típicos de la región. Los visitantes pueden disfrutar de especialidades locales y una variedad de opciones gastronómicas.
- Atracciones turísticas: La comarca cuenta con una rica oferta de atracciones turísticas, como paisajes naturales, parques naturales, playas, monumentos históricos, sitios arqueológicos y lugares de interés cultural. Entre ellos, se destacan, el Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja, las Salinas de Santa Pola, la histórica ciudad de Orihuela, con su catedral y casco antiguo. Castillo de Guardamar, una fortaleza medieval, y el museo arqueológico de Almoradí, que presenta hallazgos de gran valor histórico.
- Transporte: La comarca cuenta con una buena conectividad de carreteras y transporte público que permite a los turistas desplazarse fácilmente entre diferentes localidades y lugares de interés. También se puede acceder a la Vega Baja mediante el aeropuerto de Alicante-Elche, que se encuentra relativamente cerca.
- Eventos y actividades: Durante todo el año, se organizan diferentes eventos culturales, ferias, fiestas tradicionales y festivales en la comarca. Estos eventos ofrecen a los visitantes una oportunidad única de sumergirse en la cultura local y vivir experiencias auténticas. Algunos ejemplos que se pueden destacar son, las fiestas de Moros y cristianos en varias localidades, la Semana Santa, la feria de mayo, etc.
- Infraestructura sanitaria y seguridad: La comarca cuenta con una infraestructura sanitaria adecuada y servicios de emergencia para garantizar la seguridad y el bienestar de los visitantes durante su estancia.

3.2 Análisis de los recursos y capacidades del sector

3.2.1 Recursos naturales

El clima

La región de la vega baja del Segura disfruta de un clima denominado Mediterráneo, conocido por sus condiciones naturales favorables, como inviernos suaves, cielos despejados y temperaturas agradables durante todo el año. Aunque este clima es característico del área mediterránea, también se encuentra en otras regiones del mundo, como las regiones occidentales de los continentes. El clima se caracteriza por veranos secos e inviernos relativamente húmedos. Las precipitaciones son variables y generalmente escasas, oscilando entre 400 y 600 litros por metro cuadrado al año, concentrándose principalmente en otoño y primavera. Las temperaturas son suaves durante todo el año, con una amplitud térmica anual de alrededor de 15°C. los veranos pueden ser calurosos, mientras que los inviernos son suaves, y las temperaturas bajo cero y las nevadas son muy raras.

Naturaleza

La comarca de la Vega Baja destaca por su riqueza medioambiental y su agricultura, que se refleja en una diversidad de paisajes contrastantes. Gracias al río Segura, se distinguen dos paisajes diferentes: el secano y la huerta. Además, las sierras de Orihuela, Callosa de Segura y Albatera, junto con la Sierra Escalona en el margen derecho del río, ofrecen un gran valor ecológico y paisajístico, siendo hogar de una variada fauna y flora autóctona.

Hacia la costa, la huerta se encuentra con el mar en la desembocadura del río Segura, donde se descubren complejos de dunas y extensos pinares formados por aportes tanto del mar como del río. En esta zona costera también se encuentra el Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja, un humedal protegido que es hogar de una importante variedad de aves.

A medida que se avanza hacia el sur, los bosques mediterráneos y las playas de aguas cristalinas y arenosas se vuelven más comunes en el norte, mientras que hacia el sur la costa se vuelve más accidentada.

La diversidad de paisajes y ecosistemas de la Vega Baja la convierte en una región rica en biodiversidad y en un destino atractivo para los amantes de la naturaleza. La protección y conservación de estos recursos naturales son fundamentales para preservar la identidad

única de la comarca y para ofrecer a los visitantes una experiencia auténtica en contacto con la naturaleza. Además, la agricultura juega un papel esencial en la economía y cultura local, contribuyendo a mantener la tradición agrícola y a proporcionar productos frescos y de calidad. El equilibrio entre la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible es esencial para asegurar un futuro próspero para la Vega Baja y para mantener su atractivo como destino turístico.

Salinas

Las Salinas de Torrevieja y Santa Pola son dos enclaves naturales de gran importancia histórica, cultural y medioambiental ubicados en la provincia de Alicante, en la Comunidad Valenciana, España. Estas salinas han sido testigos de una rica historia que se remonta a siglos atrás, y su presencia ha dejado una huella significativa en la región.

Las Salinas de Torrevieja y Santa Pola tienen una larga historia de explotación salinera que se remonta a la época romana. Durante la Edad Media, la producción y comercio de la sal se convirtieron en una importante fuente de ingresos para la región. La ubicación geográfica estratégica de estas salinas en la costa mediterránea favoreció el comercio marítimo, lo que impulsó el desarrollo económico y cultural de las áreas circundantes. (Hermosilla & Iranzo, 2017)

Las Salinas de Torrevieja y Santa Pola son extensas áreas de lagunas que han sido adaptadas para la producción de sal a través del proceso de evaporación del agua marina. Estos complejos salineros contienen un intrincado sistema de balsas, canales y diques que facilitan la extracción y recolección de la sal. Su estructura y diseño siguen siendo testigos de la antigua tradición salinera de la región. Las salinas han dejado una profunda huella en la cultura y el patrimonio de las comunidades locales de Torrevieja y Santa Pola. La producción de sal ha sido una actividad económica tradicional que ha sido transmitida de generación en generación, y muchos habitantes de la región tienen vínculos familiares con la industria salinera. Además, las salinas han influido en la gastronomía local, ya que la sal es un elemento esencial en la conservación y preparación de alimentos. (Hermosilla & Iranzo, 2017)

Además de su valor cultural e histórico, las Salinas de Torrevieja y Santa Pola también tienen una gran importancia medioambiental. Estos humedales son áreas de cría, alimentación y refugio para numerosas especies de aves migratorias, así como para fauna

y flora autóctona. Por este motivo, ambas salinas han sido catalogadas como áreas protegidas y están reconocidas como Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA) y Lugares de Importancia Comunitaria (LIC) en la Red Natura 2000 de la Unión Europea. La protección y conservación de estos espacios naturales son fundamentales para preservar la biodiversidad y el equilibrio ecológico de la región.

Además de su importancia histórica y medioambiental, las Salinas de Torrevieja y Santa Pola también son destinos turísticos populares. Los visitantes pueden disfrutar de paseos y rutas por los senderos y observatorios que ofrecen impresionantes vistas de la fauna y flora. Además, se organizan visitas guiadas y actividades educativas que permiten a los turistas conocer más sobre la producción de sal, la historia y la importancia medioambiental de estos espacios naturales.

3.2.2 Patrimonio cultural

En la comarca de la Vega Baja del Segura, las ciudades de Orihuela y Torrevieja son destinos turísticos muy interesantes con una rica historia y cultura. Estos lugares ofrecen una mezcla emocionante de monumentos históricos, tradiciones locales y eventos culturales. En este sentido, exploraremos los sitios más destacados y culturales de Orihuela y Torrevieja, sumergiéndonos en su patrimonio para descubrir la diversidad cultural que hacen de esta región un lugar único para visitar.

La catedral de Orihuela es uno de los edificios góticos más importantes, construida en el primer tercio del siglo XIV. Su interior cuenta con un interesante conjunto de sistemas de construcción abovedados y trazas de crucerías notables, algunas con una complejidad técnica indiscutible, lo que la hace digna de análisis (Navarro Fajardo, 2006).

El museo de la muralla, ubicado en el sótano del edificio Casa del Paso en el campus de las Salesas de la Universidad Miguel Hernández, exhibe un yacimiento arqueológico de gran relevancia descubierto durante excavaciones en el centro histórico de la ciudad. Estas excavaciones revelaron importantes hallazgos de cronología medieval y moderna, como murallas de la ciudad, baños árabes, casas islámicas, bajomedievales y un palacio gótico, entre otros. Debido a su importancia, el yacimiento fue declarado bien de interés cultural (Sánchez Mateos , 2014)

El Castillo de Orihuela, una fortaleza árabe del siglo XI situada en una colina, ofrece impresionantes vistas de la ciudad.

El Museo del Mar y de la Sal en Torrevieja es un fascinante lugar que encapsula la historia marítima y salinera de esta localidad costera de la Vega Baja del Segura. Este museo se ha convertido en una ventana hacia el pasado, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de explorar una rica colección de artefactos y objetos que revelan la estrecha relación que Torrevieja ha mantenido con el mar y la sal a lo largo de los siglos.

Dentro de sus exposiciones, se pueden encontrar diversos testimonios de la vida y las actividades marítimas de la zona, desde antiguas herramientas y utensilios utilizados por los pescadores hasta embarcaciones tradicionales que en su momento fueron el corazón de la actividad pesquera y comercial de la región.

Además, el museo también resalta la importancia de la industria salinera en la historia de Torrevieja. La sal ha sido una parte fundamental de la economía y cultura local durante siglos, y el Museo del Mar y de la Sal proporciona una mirada profunda a la evolución de esta industria a lo largo del tiempo. Los visitantes pueden aprender sobre los métodos tradicionales de producción de sal y la importancia de las salinas en la vida cotidiana de los habitantes de Torrevieja.

El Museo del Mar y de la Sal no solo resalta la riqueza histórica de Torrevieja, sino que también muestra la dedicación de la comunidad local para preservar su patrimonio marítimo y salinero. A través de esta institución cultural, los visitantes pueden apreciar la profunda conexión de la ciudad con el mar y la sal, así como su influencia en la identidad y el desarrollo de la Vega Baja del Segura. El museo se convierte así en un espacio enriquecedor que invita a los visitantes a sumergirse en la historia y la tradición de Torrevieja, descubriendo los secretos de su pasado y valorando la importancia de estas actividades ancestrales en la conformación de la comunidad actual.

Estos destacados sitios históricos y culturales hacen de la comarca, más concretamente de Orihuela y Torrevieja un destino turístico enriquecedor y atractivo. Ofreciendo a los visitantes la oportunidad de sumergirse en su rica herencia arquitectónica, arqueológica y cultural.

4. ANALISIS EXTERNO DEL SECTOR TURISTICO DE LA VEGA BAJA

4.1 Análisis del entorno económico

Según (Robles, 2022) “La actividad económica en la Vega Baja es altamente dinámica y evidencia un ajetreo constante. El flujo continuo de camiones y furgonetas, así como la

presencia ininterrumpida de grúas de construcción, son testigos de la vitalidad económica de la región”.

El autor destaca, que es fundamental comprender el ecosistema económico en el que nos encontramos. Solo en la zona que abarca desde Campoamor hacia el norte, se encuentran registradas en la Seguridad Social un total de 10.658 empresas, una cifra significativa si se considera que en toda la provincia de Alicante se contabilizan 59.051 empresas. Por lo tanto, la Vega Baja se presenta como un enclave empresarial de gran relevancia. La mayoría de estas empresas, concretamente 7.587, corresponden al sector servicios. El segundo sector con mayor número de empresas es la construcción, con 1.452. Este dato revela el peso significativo que el sector inmobiliario y turístico tienen en la economía de la zona. En contraste, los sectores menos representados son la industria, con solo 834 empresas, y la agricultura, con 785 empresas.

Es importante destacar el énfasis que el autor (Robles, 2022) quiere reflejar que el número de empresas sigue en aumento. De hecho, en 2021 se ha registrado un crecimiento de 333 empresas, lo que equivale a un crecimiento del 3,2%. Este crecimiento se refleja trimestre a trimestre en el número de empleados, que ya asciende a 70.571 empleos en la Vega Baja. Dentro de la Vega Baja, Orihuela lidera con 2.724 empresas inscritas, seguido de cerca por Torreveja, con 2.396 empresas. Estos dos municipios concentran casi el 50% de toda la actividad empresarial descrita. Aunque a cierta distancia, Pilar de la Horadada también se destaca con 728 empresas, a pesar de ser un término municipal de menor tamaño.

(Robles, 2022) Señala que “a partir de Pilar de la Horadada, la presencia de empresas disminuye, como si alejarse de la costa tuviera un impacto en la actividad económica. Los siguientes municipios en términos de número de empresas son: Almoradí con 603, Guardamar del Segura con 508, Callosa de Segura con 412, Rojales con 409, Albuera con 327, Cox con 290, Catral con 240, Bigastro con 212, Dolores con 206, San Miguel de Salinas con 195, Los Montesinos con 190, San Fulgencio con 179, Redován con 187, Benejúzar con 147, Formentera del Segura con 105, Benijófar con 120, San Isidro con 101, Algorfa con 88, Jacarilla con 82, Granja de Rocamora con 76, Daya Nueva con 52 y Daya Vieja con 17 empresas.”

Estos datos muestran una distribución geográfica de las empresas en la Vega Baja, con un enfoque destacado en los municipios costeros, mientras que las áreas más alejadas de la costa presentan una menor densidad empresarial.

En síntesis, la vega baja es una región con una actividad económica palpitante y diversificada. El crecimiento de empresas y empleos, junto con la presencia de sectores clave como el turismo, la construcción y los servicios, recalca su importancia económica y su potencial para el desarrollo empresarial en la zona. La Vega Baja es una región que se destaca por su actividad económica diversificada. El constante crecimiento de empresas y empleo en la zona es una demostración del dinamismo empresarial que impulsa su economía. Además, los sectores clave como el turismo, la construcción y los servicios consolida su importancia económica y revela el potencial que tiene la región para el desarrollo empresarial.

El sector turístico desempeña un papel fundamental en la economía de la Vega Baja. La belleza natural de sus playas, la riqueza de su patrimonio cultural e histórico, así como su clima favorable, atraen a un flujo constante de visitantes durante todo el año. Esto genera oportunidades de empleo y emprendimiento en una amplia gama de actividades relacionadas con el turismo, como hoteles, restaurantes, servicios turísticos y actividades de ocio.

La construcción también es un sector de gran importancia en la Vega Baja. La continua actividad de desarrollo y construcción son un reflejo de la inversión y el crecimiento en infraestructuras, viviendas y proyectos urbanísticos. Este sector genera empleo tanto en la construcción como en servicios relacionados, lo que contribuye significativamente al desarrollo económico de la zona.

Los servicios, por su parte, juegan un papel clave en la economía de la Vega Baja. Desde servicios profesionales como asesorías y consultorías, hasta servicios de salud, educación y comercio minorista, esta diversidad de actividades de servicios proporciona empleo a una amplia gama de profesionales y cubre las necesidades de la población local y de los visitantes.

El crecimiento sostenido de empresas y empleos en la Vega Baja es un indicativo claro de su potencial para el desarrollo empresarial. Esta región se ha convertido en un foco

empresarial atractivo para inversionistas y emprendedores debido a su ubicación estratégica, su infraestructura desarrollada y su sólida base de recursos y servicios.

Además, la comarca se caracteriza por la presencia de una red empresarial activa y dinámica. Las empresas locales y los organismos públicos fomentan la colaboración y la cooperación, impulsando la innovación y el intercambio de conocimientos entre los actores económicos de la región. Esto crea un entorno propicio para el desarrollo de nuevas empresas, el emprendimiento y la creación de sinergias empresariales. El turismo, la construcción y los servicios son los pilares fundamentales de su economía, generando empleo y oportunidades para el desarrollo empresarial. Con su potencial y su enfoque en la colaboración y la innovación, la Vega Baja continúa siendo un lugar prometedor para el crecimiento empresarial en la región.

La economía enfrenta desafíos, que incluyen la estacionalidad del turismo, la desigualdad económica, la necesidad de diversificación y los desafíos infraestructurales.

El turismo, que desempeña un papel crucial en la economía de la región, se ve afectado por la estacionalidad, con períodos de alta demanda seguidos de temporadas bajas en las que los negocios y el empleo pueden sufrir. Esto crea una volatilidad económica que puede ser perjudicial para la estabilidad a largo plazo.

Además, existe una disparidad económica entre diferentes grupos y áreas dentro de la Vega Baja. Algunas zonas pueden enfrentar un menor desarrollo económico y tener un acceso limitado a oportunidades de empleo y crecimiento empresarial, lo que contribuye a la desigualdad económica en la región.

La dependencia excesiva en sectores específicos, como el turismo, también es un desafío para la economía de la Vega Baja. Para promover un crecimiento económico sostenible, es necesario diversificar la economía, explorando nuevas oportunidades en sectores como la industria, la innovación tecnológica y los negocios sostenibles.

Además, la infraestructura en algunas áreas de la Vega Baja requiere mejoras. La falta de una infraestructura adecuada, como transporte público, acceso a servicios básicos y conectividad digital, puede obstaculizar el desarrollo económico y la competitividad de la región.

4.2 Análisis del entorno político-legal

Para comprender el contexto político-legal de la Vega Baja, es importante destacar la existencia de una institución clave en la región conocida como CONVEGA (Consortio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja). Según (online, 2023) “El objeto del Consortio CONVEGA es el funcionamiento coordinado de las entidades consorciadas en materia de desarrollo económico de la comarca de la Vega Baja, para conseguir un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales de la misma, y dar respuesta adecuada a las necesidades de la zona. CONVEGA desempeña un papel fundamental en la promoción y desarrollo de la comarca, colaborando estrechamente con los diferentes municipios y actores económicos de la región. A través de su diseño, promoción, gestión y evaluación de acciones y programas destinados a la creación de empleo, la inserción sociolaboral y el desarrollo empresarial en la comarca, CONVEGA busca impulsar políticas y estrategias que fomenten el crecimiento económico, la diversificación sectorial y la sostenibilidad en la vega baja”.

En respuesta a la creciente importancia de la responsabilidad social y la necesidad de impulsar un desarrollo sostenible en la comarca de la vega Baja del Segura, se han implementado diversas actuaciones políticas. Estas iniciativas reflejan el compromiso de los actores políticos y las autoridades locales en promover el bienestar de la comunidad, fortalecer la economía, así como también mejorar la calidad de vida de sus habitantes. A continuación, se presentan algunas de las actuaciones más relevantes que se están llevando a cabo en la comarca.

Según (Diario de la Vega, 2021) recientemente se pone en marcha. “El plan de actuación "Vega Baja Socialmente Responsable" marcando un punto de partida para un proyecto innovador en la comarca de la Vega Baja del Segura. Su principal objetivo es fomentar la responsabilidad social entre el tejido empresarial, las personas emprendedoras y la ciudadanía en general. A través de la formación, tutorización y divulgación de buenas prácticas en responsabilidad social, se busca incrementar la competitividad territorial y promover la Marca Territorio Vega Baja del Segura, una identidad que une a la comunidad en torno a su tierra”.

“Este proyecto se destaca por la importancia de trabajar conjuntamente en la comarca hacia un Territorio Socialmente Responsable. Se reconoce el valor de formar parte de la Red Valenciana de Territorios Socialmente Responsables, la cual define a estos territorios

como aquellos que gestionan los impactos sociales, laborales, ambientales, económicos y culturales de manera coherente. El enfoque de gobernanza participativa busca lograr una economía competitiva, cohesión social y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía”. (Diario de la Vega, 2021)

Así mismo en la comarca, también se ha implementado un ambicioso Plan de Dinamización y Gobernanza Turística con el objetivo de fortalecer el sector turístico y promover un desarrollo sostenible en la región. Este plan, respaldado por Turisme y la Diputación de Alicante en colaboración con los municipios a través de Convega, busca impulsar la marca “Vega Baja Territorio, tu tierra y la mía” y posicionar a la comarca como un destino turístico atractivo y socialmente responsable.

Según (vegabajadigital, 2022) “El Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja es una herramienta que busca fortalecer la colaboración entre los veintisiete municipios que conforman la comarca. Su objetivo es trabajar de manera cohesionada en torno a la marca 'Vega Baja Territorio, tu tierra y la mía', aprovechando las potencialidades de cada localidad. Esta iniciativa, en la que participan Turisme y la Diputación de Alicante junto a los municipios a través de Convega, tiene como finalidad impulsar los productos turísticos de la comarca y ofrecer una experiencia diferenciadora a los visitantes”.

Además, el artículo (vegabajadigital, 2022) resalta que, “El Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja cuenta con un presupuesto de 1.200.000 euros, dividido al 50% entre Convega y la Generalitat. Destaca que la aportación de Turisme de 600.000 euros es el doble de lo habitual, ya que este plan forma parte del plan Vega Renhace de la Generalitat Valenciana. Esta inversión demuestra el compromiso de las autoridades en el impulso del turismo en la comarca y en el fortalecimiento de la gobernanza turística”.

Existe una importante cogestión y colaboración entre instituciones públicas y privadas en la estrategia de cohesión territorial. Para la Generalitat, el destino Comunitat Valenciana se construye a través de la suma de todos los destinos provinciales, locales y mancomunidades. En este sentido, se busca no solo promover los recursos turísticos, sino también organizar una experiencia turística completa que permita a los visitantes disfrutar de la diversidad de la Vega Baja, desde su costa hasta su oferta cultural y su patrimonio natural en diferentes municipios. (vegabajadigital, 2022)

Por otro lado, En la búsqueda de soluciones efectivas frente a la problemática del desempleo en la comarca, los municipios de Pilar de la Horadada y Torrevieja han dado un paso significativo al unirse con un tercer municipio, junto a importantes actores sociales como la patronal y los sindicatos. Esta alianza estratégica tiene como objetivo principal encontrar alternativas que impulsen la generación de empleo estable y promover una mayor estabilidad laboral en la zona. Trabajando de manera coordinada y enfocados en desestacionalizar el empleo, esta colaboración busca mejorar las condiciones laborales y sociales en beneficio de la comunidad local. A continuación, se presentan los detalles y acciones clave que están llevando a cabo en esta importante iniciativa para abordar el desafío del desempleo en la comarca.

En marzo del año 2016, según (Empleo AEDL, 2016) los municipios de Guardamar del Segura, Pilar de la Horadada y Torrevieja firmaron un Acuerdo de colaboración con el objetivo de coordinar esfuerzos y solicitar al Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF) la inclusión de sus territorios en el programa de fomento de acuerdos territoriales en materia de empleo y desarrollo local en la Comunitat Valenciana. Este acuerdo implicará la realización de proyectos de diagnóstico de los territorios y la gestión conjunta de líneas de actuación, liderada por el Ayuntamiento de Guardamar, que será el municipio solicitante y encargado de su gestión. La subvención que se solicitará al SERVEF asciende a 290.000,00 euros, distribuidos en dos líneas: 50.000,00 euros para Diagnóstico Territorial y 240.000,00 euros para proyectos experimentales.

La unión de tres municipios y los agentes sociales, incluyendo la patronal y los sindicatos, tiene como objetivo encontrar alternativas a la problemática social del desempleo en la comarca. Trabajando en conjunto, se busca fomentar actividades que generen empleo estable y desestacionalizar el empleo, mejorando así la situación laboral en la zona. (Empleo AEDL, 2016)

Esta colaboración representa un momento histórico y muestra la voluntad de enfrentar en conjunto el reto del desempleo en la comarca, demostrando una fuerte determinación por parte de los municipios y los actores sociales para encontrar soluciones efectivas y sostenibles para la comunidad. (Empleo AEDL, 2016)

4.3 Análisis del entorno sociocultural

4.3.1 Patrimonio literario y territorial

En épocas contemporáneas, dos figuras notables emergen, representando a Orihuela. Gabriel Miró, escritor destacado de la literatura española, inmortalizó Orihuela en sus obras “Nuestro Padre San Daniel” y “El Obispo Leproso”, donde refleja el paisaje y la gente de la ciudad. Por otro lado, el genial poeta Miguel Hernández, es un escritor oriolano que trasciende fronteras y brilla en la literatura del siglo XX. La Fundación Cultural que lleva su nombre cuida y mantiene su legado desde 1994. (G.T. Vega Baja, 2020)

Según (G.T. Vega Baja, 2020) la comarca de la Vega Baja del Segura posee un patrimonio territorial de gran relevancia socio-cultural que refleja la historia y las tradiciones de sus habitantes. Su vínculo con el agua y las infraestructuras de regadío ha sido un factor clave en el desarrollo de una rica cultura agrícola, transmitida de generación en generación. Esta relación con el medio ambiente ha moldeado la identidad colectiva de la comunidad y ha propiciado prácticas sostenibles en la utilización de los recursos naturales.

El patrimonio arquitectónico y natural de la Vega Baja, como iglesias, palacios, playas y espacios naturales, también es parte esencial de su identidad cultural. Estos lugares emblemáticos representan la historia de la región y son escenarios de festividades y tradiciones arraigadas en la vida de los habitantes. La preservación y puesta en valor de estos elementos culturales fortalece el sentido de pertenencia y cohesión social entre los residentes.

Además, (G.T. Vega Baja, 2020) también señala el potencial de declarar la comarca como **Parque Cultural** muestra el interés en **proteger y promover su patrimonio socio-cultural**. Esta iniciativa implica reconocer y salvaguardar su riqueza cultural, y al mismo tiempo, se busca la creación de políticas que impulsen el desarrollo económico de la zona y combatan la despoblación en municipios más pequeños. La inclusión de las comunidades locales, agentes sociales y entidades sin ánimo de lucro en este proceso es esencial para asegurar una gestión participativa y sostenible del territorio.

De acuerdo con, (G.T. Vega Baja, 2020) el senderismo y el turismo ecológico en el interior de la comarca han permitido a los visitantes y residentes apreciar y disfrutar de su patrimonio natural y cultural de manera responsable. Estas prácticas fomentan la conservación del entorno y el respeto por la diversidad cultural de la región. Asimismo,

la promoción de la agricultura ecológica y los métodos tradicionales de transformación de productos agrícolas representan una oportunidad para el desarrollo de industrias sostenibles. Estas iniciativas no solo contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que también pueden generar empleo y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

4.3.1.1 Parque cultural de la vega baja

Según la noticia (Alicante Plaza, 2022) el director del plan Vega Renhace del Consell, Antonio Alonso, ha mantenido una reunión con los concejales de Turismo y Cultura de los Ayuntamientos de la Vega Baja para avanzar en la creación del proyecto **Parque Cultural de la comarca**. Este ambicioso proyecto se enmarca en el bloque "Desarrollo Económico" del plan Vega Renhace, impulsado por la Generalitat Valenciana. El objetivo central del Parque Cultural es aglutinar a todos los municipios de la Vega Baja en una iniciativa común que promueva la riqueza cultural, histórica y turística de la región. Si bien cada municipio conserva su identidad y singularidad, se busca establecer una visión comarcal que permita destacar y promocionar el patrimonio cultural en su conjunto. Una de las principales ideas del proyecto es la creación de una oferta turística cultural unificada. De esta manera, cualquier visitante que acuda a una oficina de Turismo en uno de los municipios también tendrá acceso a información sobre la oferta cultural del resto de la comarca. Esto ayudará a mostrar la Vega Baja como un destino integral y atractivo, más allá de la suma de sus 27 municipios.

“Se destaca la necesidad de remar en la misma dirección para impulsar el desarrollo socioeconómico y cultural de la región de manera conjunta. El **Parque Cultural de la Vega Baja** aspira a convertirse en una herramienta clave para la promoción y preservación del rico patrimonio de la comarca. A través de una visión unificada y coordinada, se busca potenciar el turismo cultural, contribuir al desarrollo económico y social, y poner en valor la identidad y el legado histórico de la Vega Baja”. (Alicante Plaza, 2022)

Así mismo, el autor (G.T. Vega Baja, 2020) explica que, El Parque Cultural de Patrimonio de la Vega Baja estaría compuesto por diversos elementos que recibirían protección legal como parte de un BIC (Bien de Interés Cultural), así como otras figuras de ordenación territorial o sectorial aplicables a cada caso. Los principales elementos serían el patrimonio hidráulico, agrario, paisajístico (con una red de rutas e itinerarios), arquitectónico, arqueológico y artístico, incluyendo también aspectos intangibles como

las fiestas, tradiciones y leyendas. La declaración de este Parque Cultural no solo protegería y promocionaría el patrimonio cultural y natural de la comarca, sino que también fomentaría la unidad y el sentido de identidad entre sus habitantes, impulsando la gestión conjunta de la cultural territorial.

4.4 Análisis del entorno ecológico

4.4.1 El río Segura y su entorno

De acuerdo con (G.T. Vega Baja, 2020) el río Segura atraviesa la comarca alicantina que lleva su nombre, es su fuente de vida y vitalidad. Con una extensión de 319 kilómetros, nace en la sierra de Almorchón (provincia de Jaén) y desemboca en el Mar Mediterráneo, en Guardamar, Alicante. La cuenca actual del Segura cubre una superficie de 14.925 km² y ha sido históricamente esencial para el suministro de agua a las poblaciones y el riego de cultivos en la región.

Como afirma (G.T. Vega Baja, 2020) el clima en la cuenca del Segura varía, siendo el de la Vega Baja el más seco de la región del Sureste Ibérico. Aunque tiene poca lluvia en general, la zona experimenta intensas precipitaciones durante episodios de gota fría, especialmente entre septiembre y noviembre. Para aprovechar el agua del río, a lo largo de los siglos, se han realizado diversas intervenciones humanas, como la construcción de pantanos, embalses y presas de laminación de avenidas, así como encauzamientos y rectificaciones del cauce. También se han modificado y suprimido meandros para expandir el regadío y prevenir desbordamientos.

Teniendo en cuenta a (G.T. Vega Baja, 2020) la transformación de la llanura de inundación en una vega fértil ha sido resultado de un proceso de reconversión del terreno. Sin embargo, esto no ha estado exento de desafíos, como las amenazas de sequías e inundaciones. A pesar de estas intervenciones humanas, el río Segura sigue siendo un elemento esencial para el desarrollo y la sostenibilidad de la comarca de la Vega Baja. Su manejo y protección adecuados son fundamentales para mantener un equilibrio entre el aprovechamiento del recurso hídrico y la conservación del medio ambiente

4.4.2 La huerta como patrimonio agrícola

La huerta es un tesoro agrícola y cultural que brilla en la comarca alicantina. Con una rica tradición histórica, este fértil territorio ha sido moldeado por el río Segura a lo largo de los siglos, proporcionando el vital recurso hídrico necesario para cultivar una amplia variedad de productos agrícolas. La huerta no solo es un motor económico fundamental

en la región, sino también un símbolo de identidad y arraigo para sus habitantes, quienes han sabido conservar y enriquecer sus costumbres y prácticas agrícolas hereditarias. En este contexto, exploraremos la importancia y el legado cultural de la huerta de la vega baja.

La huerta con más de mil años de formación, es junto con el río Segura, un símbolo destacado de la cultura del agua en la comarca. En el pasado, era conocida como la Huerta de Orihuela, pero esta denominación fue reemplazada en el siglo pasado por el término Vega Baja del Segura, debido al desarrollo de otras localidades dentro de la cuenca del río y la pérdida de la dominancia que tenía la ciudad de Orihuela.

Como afirma (Jaime, 2021) la comarca es una región agrícola destacada, que se enorgullece de contar con una de las huertas más productivas y de mayor calidad de Europa. A lo largo de los siglos, ha sabido preservar sus tradicionales métodos de cultivo y su patrimonio hidráulico único, mientras se adapta continuamente a los retos actuales. Este compromiso con la sostenibilidad, la producción ecológica, el consumo local, la formación y la investigación es esencial para garantizar un futuro próspero. El paisaje de la Vega Baja es un testimonio vivo de su rica historia y patrimonio cultural. Los campos repletos de frutas, verduras y hortalizas ofrecen una explosión de aromas, texturas y colores que enriquecen los sentidos. Desde el intenso olor a azahar de los naranjos hasta los campos verdes de alcachofas y brócolis, cada cultivo aporta su encanto único. La agricultura, junto con la gastronomía y el turismo, conforman un triángulo esencial que define la identidad de la comarca.

De acuerdo con (Jaime, 2021) la ubicación estratégica y las favorables condiciones climáticas y de suelo hacen de la Vega Baja la zona agrícola más importante en la provincia de Alicante. A pesar de representar solo el 26% de las hectáreas cultivadas, produce impresionantes resultados, obteniendo el 53% de toda la producción agrícola de la provincia. Los cítricos, hortalizas y frutales son los grupos de cultivos más destacados.

Como señala (Jaime, 2021) la comarca también valora la importancia del producto de proximidad, el consumo de alimentos autóctonos y el apoyo al comercio local. En este sentido, la protección del medio ambiente está impulsando el interés por la agricultura ecológica. Los agricultores buscan obtener alimentos de alta calidad mientras preservan la fertilidad del suelo y utilizan los recursos naturales de manera óptima. El objetivo es lograr un desarrollo agrario sostenible y amigable con el medio ambiente, evitando el uso

de productos químicos de síntesis. Así, la Vega Baja se posiciona como una región que valora su rica tradición agrícola al tiempo que abraza la innovación y la sostenibilidad como pilares fundamentales de su futuro agrario.

4.4.3 La agricultura local

En el siglo XIX, la producción agrícola en la comarca estaba dominada por cultivos como el trigo, la cebada, el maíz, los naranjos, limoneros, cáñamo, lino y seda. Sin embargo, en tiempos más recientes, han surgido nuevos cultivos de invernadero en localidades como Pilar de la Horadada, Albuera y Orihuela, y se han fortalecido los viveros de plantas y flores.

En la actualidad, el sector agrícola está experimentando una marcada disminución debido a diversas incertidumbres. Entre ellas, se encuentran el posible cierre del trasvase Tajo-Segura y la drástica reducción de los caudales procedentes de Entrepeñas y Buendía. Además, el alto coste del agua desalada, los bajos precios que se pagan a los agricultores, la competencia de otros países y los fenómenos meteorológicos extremos, como las sequías y riadas devastadoras, han afectado gravemente los cultivos de la comarca. Especialmente, los municipios de Dolores, Almoradí, San Fulgencio y Orihuela han sufrido consecuencias significativas en cítricos, hortalizas y granados.

Para mejorar la gestión del agua y aumentar la rentabilidad económica de la agricultura, sería recomendable realizar un estudio técnico para evaluar la viabilidad de nuevos sistemas de riego más conservadores que el riego a manta. Asimismo, se podría considerar una reestructuración y conversión de ciertos cultivos hacia otros más sostenibles y no deficitarios. Estas medidas podrían ayudar a enfrentar los desafíos actuales y garantizar un futuro más próspero para el sector agrícola en la comarca.

4.4.4 Paisajes y espacios naturales protegidos

La Vega Baja del Segura, una encantadora comarca en la provincia de Alicante, se enorgullece de albergar una serie de parajes y espacios protegidos que cautivan por su belleza natural y su rica biodiversidad. Estos lugares resguardan tesoros paisajísticos únicos y diversos, constituyendo verdaderos oasis de tranquilidad y preservación del entorno ecológico. Desde frondosos humedales y lagunas saladas hasta áreas de especial interés cultural e histórico, cada rincón protegido de la Vega Baja es una invitación a sumergirse en la magia de la naturaleza y la conservación. En este fascinante recorrido, exploraremos los tesoros escondidos de esta comarca y descubriremos su papel crucial en

el impulso del turismo en el medio rural, promoviendo la sostenibilidad y la conexión con nuestro patrimonio natural.

Según la (Confederación Hidrográfica del Segura, 2009) los espacios naturales protegidos en la Vega Baja son los siguientes:

- Parque Natural del Fondó d'Elx: está propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria (LIC), como ZEPA (Zona de Especial Protección para las Aves), y pertenece al Catálogo de zonas húmedas de la Conselleria de Territorio y Vivienda (en colindancia con el ámbito).
- Dunas de Guardamar: propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- Parque Natural de las lagunas de La Mata y Torrevieja. Propuesto también como Lugar de Importancia Comunitaria y como ZEPA. Incluido en el Catálogo de zonas húmedas de la Conselleria de Medio Ambiente.
- Cap Roig. Propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- Sierra de Escalona y Dehesa de Campoamor. Propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- Cueva del Perro-Cox. Propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- Sierra de Callosa de Segura. Propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- Sierra de Orihuela. Propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria.
- El Hondo de Amorós. Incluido en el Catálogo de zonas húmedas de la Conselleria de Medio Ambiente.
- Desembocadura y frente litoral del Segura. Incluido en el Catálogo de zonas húmedas de la Conselleria de Medio Ambiente.
- Meandros abandonados del río Segura. Incluido en el Catálogo de zonas húmedas de la Conselleria de Medio Ambiente.

Microrreserva:

- Rambla de las Ventas (Albatera).
- Rambla de las Estacas (Orihuela).
- Barranco de Enmedio (Callosa de Segura)
- Monte Hurchillo (Orihuela)
- Rincón de Bonanza (Orihuela)
- Peñón de la Lobera (Redován)

- Laguna Salada de La Mata (Torrevieja).
- Laguna Salada de Torrevieja (Torrevieja).

“En los municipios de la Vega Baja sólo destaca por su importancia forestal Orihuela, que cuenta con 4.887 ha de superficie de ese uso, gran parte de la misma dentro de áreas de elevada calidad ambiental” (Confederación Hidrográfica del Segura, 2009).

En un primer acercamiento, como afirma (Confederación Hidrográfica del Segura, 2009) es posible identificar en el paisaje de la Vega Baja cinco grandes entornos paisajísticos distintivos. Estos incluyen la tradicional huerta, los cultivos abancalados, las salinas, las áreas de montañas destinadas a usos forestales y la costa. El actual paisaje de la comarca es resultado de la interacción del ser humano con el entorno desde épocas prehistóricas, dejando su huella siempre presente en él. Si bien no existen paisajes completamente “vírgenes”, se puede notar como las características naturales del medio han influido considerablemente en las acciones humanas para modificar el paisaje.

4.4.5 El turismo en el medio rural

El turismo rural es una modalidad turística que se desarrolla en áreas rurales, alejadas de los grandes centros urbanos y del turismo masivo. Se caracteriza por ofrecer experiencias auténticas y cercanas a la naturaleza, permitiendo a los viajeros conectarse con el entorno rural, la cultura local y las tradiciones. Este tipo de turismo busca alejarse del bullicio y el estrés de la vida urbana, ofreciendo tranquilidad, paisajes naturales, actividades al aire libre y la posibilidad de conocer la vida rural y su patrimonio cultural. Los alojamientos en el turismo rural suelen ser casas rurales, hoteles, y se promueve la sostenibilidad, el respeto por el medio ambiente y la integración con la comunidad local. El turismo rural es una opción atractiva para aquellos que desean desconectar, relajarse y experimentar una forma más auténtica y enriquecedora de viajar.

Durante la última década, se ha observado un aumento significativo en el turismo rural en España. Este fenómeno ha sido impulsado por diversos factores, como los cambios en las motivaciones de los turistas españoles, que muestran un rechazo a la masificación en las zonas costeras y buscan experiencias personalizadas y auténticas. Cada vez más, los viajeros buscan actividades y aventuras en contacto con la naturaleza, y se interesan por aprender sobre el entorno y la cultura local. Estos cambios han llevado a un mayor interés en el medio ambiente y a una apreciación de los valores culturales presentes en las zonas

rurales, lo que ha contribuido al crecimiento del turismo rural en el país. (Pulido Fernández & Cárdenas García, 2011)

En teoría, según el autor (Canales Martínez & Castejón Porcel, 2020) este tipo de práctica se puede convertir en un motor económico de desenvolvimiento local y asegurar una experiencia participativa con un elevado contenido social y cultural, en la que el turista suele buscar tranquilidad, descanso y contacto con la naturaleza y las personas del lugar elegido. Precisamente, la apuesta que se hacía desde la Agencia Valenciana de Turismo por insertar los sectores agrícolas del Bajo Segura para el disfrute turístico sería un complemento ideal a la oferta de servicios con los que cuenta la comarca, ya que se valoran especialmente las experiencias únicas que se adquieren a través del conocimiento de la historia del lugar y de las prácticas tradicionales que la sociedad ha desarrollado en él. Hasta ahora, el enfoque del turismo ha estado más orientado hacia la expansión urbana de las áreas consolidadas y la construcción de nuevas urbanizaciones residenciales, en lugar de enfocarse en la restauración de las propiedades agrícolas para convertirlas en alojamientos rurales, iniciativa que se intentó impulsar, con escaso éxito, con los programas PRODER (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales) implantados en la comarca desde 1998. Esta situación, ha alterado la localización del turista desde las áreas litorales a las de interior, sin que este cambio haya llevado consigo la explotación del patrimonio agropecuario y agroindustrial. Hecho que contrasta con lo que se pretendía lograr con el malogrado proyecto turístico, que, al estar centrado en las propias fincas, favorecía la recuperación inmobiliaria, las convertía en puntos de venta de productos, tanto en fresco como procesados, y las dotaba de infraestructuras, como centros de interpretación o museos, para que los visitantes tuvieran un mayor aprendizaje sobre el regadío y la agricultura, a la vez que sirvieran para la comprensión del paisaje, constituyendo un producto cultural íntegro.

La ley de Desarrollo sostenible del medio rural aprobada el 13 de diciembre de 2007, establecía objetivos generales para el medio rural: mantener y expandir su base económica mediante actividades competitivas y diversas, incorporando nuevas actividades sostenibles. También buscaba mejorar la calidad de vida de la población rural, asegurando servicios públicos adecuados y promoviendo la igualdad de oportunidades, especialmente para personas vulnerables o en riesgo de exclusión. Otra meta era conservar y recuperar el patrimonio natural y cultural del medio rural, permitiendo su uso sostenible a través de acciones tanto públicas como privadas. La norma buscaba favorecer

la recuperación y prevenir el deterioro del medio rural, promoviendo su ordenación integrada. El programa de Desarrollo Rural de la Comunidad Valenciana para el periodo 2014-2020 prioriza la diversificación económica, lo que implicaría tomar acciones diferentes a las realizadas hasta ese momento, y destaca la necesidad de equilibrar la economía y la población en el medio rural. (Canales Martínez & Castejón Porcel, 2020)

4.5 Análisis del entorno tecnológico

El turismo juega un papel fundamental en la comprensión y aprovechamiento de las tendencias y avances tecnológicos que impactan en la industria turística. En la era digital y conectada en la que nos encontramos, la tecnología ha revolucionado la forma en que los viajeros planifican, reservan y experimentan sus destinos. Desde la implementación de plataformas de reserva en línea hasta el uso de aplicaciones móviles para guías turísticos, la tecnología ha transformado la manera en que interactuamos. En este análisis, exploraremos las principales innovaciones tecnológicas que están moldeando el futuro del sector turístico y como estas tendencias influyen en las estrategias de las empresas y destinos turísticos para mantenerse competitivos en un mercado en constante evolución.

4.5.1 Principales tecnologías usadas en el sector turístico.

El impacto de Internet en el sector turístico ha sido significativo, brindando numerosas oportunidades de comunicación. A través de la conectividad en línea, cada usuario puede elegir hoteles, planificar destinos y seleccionar actividades en su lugar de elección. Esta tendencia ha transformado la concepción de los viajes, tanto para los turistas como para las empresas involucradas.

A medida que nos acercábamos al siglo XXI, las empresas turísticas comenzaron a comprender la importancia del entorno en línea para sus negocios y se adaptaron gradualmente a esta nueva realidad. Internet se convirtió en una herramienta crucial para la promoción y comercialización del sector, facilitando la actualización y modificación de información relevante. En una primera etapa, esto se tradujo en la creación de páginas web y la colaboración con agencias de viajes en línea para la venta de sus servicios, de manera similar a como se hacía con las agencias de viajes tradicionales hasta ese momento.

Desde la omnipresencia de **internet** y las **plataformas de reserva en línea** hasta la **inteligencia artificial** y la **realidad virtual**, este sector se ha beneficiado ampliamente de las principales tecnologías que han surgido en los últimos años. En este contexto,

exploraremos las tecnologías más destacadas que han dejado una huella significativa en la industria del turismo, permitiendo una experiencia de viaje más personalizada, accesible y emocionante para los viajeros de todo el mundo.

Las **aplicaciones móviles** han tenido un impacto transformador en el sector turístico, ofreciendo una amplia gama de beneficios tanto para los viajeros como para las empresas turísticas. Algunas de las formas en que las aplicaciones móviles benefician al sector turístico son:

Facilidad de planificación: Las aplicaciones móviles permiten a los viajeros buscar y reservar vuelos, hoteles, actividades y servicios turísticos con facilidad y comodidad desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Experiencia de viaje personalizada: Las aplicaciones móviles pueden proporcionar recomendaciones personalizadas basadas en las preferencias y comportamientos pasados del usuario, lo que mejora la experiencia del viajero al ofrecer sugerencias relevantes y adaptadas a sus intereses.

Acceso a información en tiempo real: Los viajeros pueden acceder a información actualizada sobre eventos locales, condiciones climáticas, horarios de transporte público y otras noticias relevantes para su destino en tiempo real.

Navegación y mapas: Las aplicaciones de mapas y navegación en tiempo real ayudan a los viajeros a moverse por destinos desconocidos de manera eficiente, lo que reduce la probabilidad de perderse y brinda una sensación de seguridad.

Reseñas y recomendaciones: Las aplicaciones móviles suelen contar con sistemas de reseñas y recomendaciones de otros viajeros, lo que permite a los usuarios tomar decisiones informadas y seleccionar servicios turísticos con base en experiencias compartidas por otros.

Interacción con los clientes: Las empresas turísticas pueden usar aplicaciones móviles para interactuar directamente con sus clientes, brindando asistencia en tiempo real y atendiendo sus necesidades y consultas de manera rápida y eficiente.

Digitalización de documentos y tarjetas de embarque: Las aplicaciones móviles permiten a los viajeros llevar consigo boletos de avión, reservas de hotel y tarjetas de embarque de

manera digital, evitando la necesidad de llevar documentos impresos y agilizando los procesos de viaje.

Promociones y ofertas exclusivas: Las aplicaciones móviles pueden ofrecer promociones y descuentos exclusivos para los usuarios, fomentando la fidelización y la repetición de negocios.

Las **redes sociales** han tenido un impacto significativo en el sector turístico, brindando una serie de beneficios tanto para los viajeros como para las empresas turísticas. Algunas formas en que las redes sociales benefician al sector turístico son:

Promoción y visibilidad: Las redes sociales permiten que las empresas turísticas promocionen sus destinos, servicios y ofertas de una manera más directa y efectiva. Pueden compartir imágenes atractivas, videos y contenido relevante para atraer la atención de los viajeros potenciales y aumentar su visibilidad en línea.

Interacción y compromiso: Las redes sociales facilitan la interacción directa con los clientes, lo que permite a las empresas responder preguntas, brindar asistencia y atender inquietudes de manera rápida y efectiva. El compromiso activo con los usuarios también ayuda a fomentar una relación más cercana y duradera entre la empresa y sus clientes.

Generación de contenido generado por el usuario: Los viajeros comparten sus experiencias en redes sociales a través de fotos, videos y reseñas. Este contenido generado por el usuario es valioso para las empresas turísticas, ya que actúa como testimonio de la calidad de sus servicios y atrae a nuevos clientes a través de recomendaciones personales.

Tendencias y análisis del mercado: Las redes sociales ofrecen una gran cantidad de datos y comentarios en tiempo real que pueden ser analizados para comprender mejor las tendencias del mercado y las preferencias de los viajeros. Esto permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing y servicios para satisfacer las demandas cambiantes.

Investigación y planificación de viajes: Los viajeros utilizan las redes sociales para investigar destinos, buscar recomendaciones y obtener información sobre experiencias de otros viajeros. Esto facilita la planificación de viajes al proporcionar una amplia gama de información y opciones disponibles.

Promoción de destinos locales: Las redes sociales pueden ayudar a promover destinos menos conocidos y atractivos turísticos locales, permitiendo una distribución más equitativa del turismo y beneficiando a las comunidades locales.

Colaboraciones e influenciadores: Las empresas turísticas pueden establecer colaboraciones con influencers de viajes para promocionar sus servicios y destinos a audiencias más amplias y específicas.

Los **softwares turísticos** han revolucionado el sector al ofrecer una gestión eficiente y automatizada de operaciones diarias como reservas, facturación e inventario. Permiten a las empresas rastrear y entender las preferencias de los clientes, brindando servicios personalizados y mejorando la satisfacción. Además, proporcionan análisis y generación de informes para tomar decisiones basadas en datos, integran plataformas de marketing y redes sociales, garantizando la seguridad de la información de los clientes. En conjunto, los softwares mejoran la eficiencia, la calidad del servicio y la experiencia general de los viajeros, impulsando el crecimiento y éxito en el sector.

La **inteligencia artificial (IA)** y el **big data** son tecnologías poderosas que han tenido un impacto significativo en el sector turístico, transformando la forma en que las empresas operan y los viajeros planifican y disfrutan de sus experiencias. Aquí te explico en qué consisten y cómo benefician al sector:

La IA se refiere a la simulación de procesos de inteligencia humana por parte de máquinas y sistemas computacionales. Estos sistemas son capaces de aprender de datos, reconocer patrones, tomar decisiones y mejorar su rendimiento con el tiempo sin intervención humana directa. En el sector turístico, la IA se aplica en diversas áreas:

Asistencia al cliente: Los chatbots y sistemas de atención al cliente basados en IA pueden responder preguntas frecuentes, proporcionar información sobre destinos y servicios, y ayudar a los viajeros a planificar su itinerario.

Personalización: La IA puede analizar los datos de los usuarios, como historial de viajes y preferencias, para ofrecer recomendaciones y ofertas personalizadas que se ajusten a los intereses individuales de los viajeros.

Optimización de precios: Las empresas turísticas pueden utilizar algoritmos de IA para ajustar dinámicamente los precios de vuelos, hoteles y paquetes turísticos en función de la demanda y otros factores, maximizando así los ingresos.

Predicción de demanda: La IA puede analizar patrones históricos de reserva y otros datos para predecir la demanda futura, lo que permite a las empresas planificar con anticipación y ofrecer una mejor capacidad de respuesta a las necesidades del mercado.

El **big data** se refiere al vasto volumen de datos que se generan constantemente en el mundo digital. En el sector turístico, estos datos provienen de diversas fuentes, como redes sociales, sitios web de reservas, aplicaciones móviles y más. El análisis de big data ofrece las siguientes ventajas:

Segmentación de clientes: El análisis de big data permite dividir a los clientes en segmentos más específicos en función de sus preferencias y comportamientos, lo que facilita la creación de estrategias de marketing más efectivas.

Mejora la experiencia del cliente: Con big data, las empresas pueden identificar áreas de mejora en la experiencia del cliente y tomar medidas para satisfacer mejor sus necesidades y expectativas.

Tendencias y patrones de comportamiento: El análisis de big data proporciona una visión profunda de las tendencias y patrones de comportamiento de los viajeros, lo que ayuda a las empresas a anticipar cambios en la demanda y adaptarse de manera proactiva.

Gestión de la reputación: Las empresas pueden monitorear y analizar la reputación en línea, incluidos comentarios y reseñas de clientes, para mejorar su imagen y responder rápidamente a inquietudes o problemas.

La **realidad aumentada** en el sector turístico enriquece la experiencia de los viajeros al proporcionar información interactiva y en tiempo real sobre los lugares que visitan, mejorar la navegación y ofrecer experiencias inmersivas. Los turistas pueden utilizar aplicaciones de RA para obtener detalles históricos y datos sobre puntos de interés, así como recibir guías de navegación en tiempo real para encontrar direcciones y rutas hacia sus destinos. Además, la RA permite a las empresas turísticas ofrecer campañas de marketing más atractivas y personalizar sus ofertas para satisfacer mejor las necesidades de los viajeros, mejorando así la satisfacción del cliente y fomentando la fidelidad.

4.5.2 Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico.

El turismo es un sector que requiere un flujo constante de información, y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han transformado la manera en que las empresas interactúan con sus clientes, ya sean turistas o visitantes. Estos avances tecnológicos han

generado cambios significativos en la gestión y la infraestructura de las empresas turísticas. Aquellas compañías que han sabido aprovechar estas tecnologías han experimentado una mejora notable en su capacidad productiva y competitiva. Por otro lado, las empresas que no han adoptado estas tecnologías han enfrentado dificultades y algunas han desaparecido como resultado. (López Rodríguez & López Rodríguez, 2017)

Además, los autores (López Rodríguez & López Rodríguez, 2017) afirman que, el cambio hacia la “Sociedad de la Información” ha generado nuevos hábitos de consumo que tienen un impacto complejo en el mercado turístico. Tanto las empresas turísticas como los destinos territoriales se ven obligados a adaptarse a las nuevas tecnologías. Algunos cambios resultantes incluyen la aparición de nuevas formas de producción y prestación de servicios, lo que favorece la creación de micro, pequeñas y medianas empresas con mayor capacidad de flexibilidad y personalización de servicios. También se ha observado una diversificación de la oferta turística en áreas geográficas previamente desconocidas, una mayor internacionalización del enfoque turístico y el aumento de viajes debido a la oferta de paquetes low-cost. Otros cambios destacados son el incremento de la personalización en la oferta turística, la mayor claridad en la responsabilidad social, la protección ambiental y la solidaridad, así como un aumento del turismo en zonas geográficas alejadas de las zonas costeras, impulsado por la búsqueda de experiencias en periodos cortos de ocio, como fines de semana o puentes festivos.

4.5.3 Barreras tecnológicas en el sector turístico.

La implementación de tecnología en las empresas relacionadas con el sector turístico enfrenta diversas barreras, como los costes altos iniciales, la falta de conocimiento y habilidades, la resistencia al cambio por parte del personal y la dirección, la infraestructura tecnológica insuficiente en algunas regiones, la dificultad de integrar nuevas tecnologías con sistemas existentes, preocupaciones sobre seguridad y privacidad de datos, falta de apoyo regulatorio y la complejidad tecnológica. A pesar de estos desafíos, la adopción estratégica de tecnología puede ofrecer ventajas competitivas, como mayor eficiencia operativa, mejor experiencia del cliente y capacidad para adaptarse a las demandas del mercado turístico actual.

4.5.4 Tecnología en el sector turístico en la comarca de la vega baja.

En el sector turístico de La Vega Baja, se observan varias ideas clave que influyen en la implantación de tecnología en la región. Una de las principales barreras es la falta de

compromiso por parte de los entes públicos para impulsar la adopción tecnológica en ciertas áreas de la comarca. A pesar de las numerosas ventajas que la tecnología puede ofrecer, algunas empresas turísticas aún no aprovechan su potencial al máximo.

Aunque La Vega Baja ha destacado por ser pionera en España en la incorporación de tecnología y agricultura inteligente, es evidente que, en sectores turísticos o áreas visitadas por turistas, todavía existe una insuficiencia en el uso de la tecnología. Esto representa una oportunidad para mejorar la experiencia turística y aumentar la competitividad de la región como destino.

Recientemente, se ha destacado la importancia de las palancas de progreso del turismo: tecnología, formación y compartir datos entre empresas. Esta noticia destaca la necesidad de adoptar tecnologías innovadoras, proporcionar formación adecuada para el personal y promover la colaboración y el intercambio de información entre las empresas turísticas para lograr un crecimiento sostenible y una experiencia turística más enriquecedora.

En conclusión, aunque La Vega Baja ha demostrado avances significativos en la incorporación de tecnología en sectores como la agricultura, aún hay oportunidades para potenciar su uso en el sector turístico. Es fundamental el compromiso y apoyo de los entes públicos para impulsar la adopción tecnológica en la comarca y aprovechar al máximo las ventajas que la tecnología puede ofrecer en el ámbito turístico. Además, fomentar la formación y el intercambio de datos entre empresas turísticas jugará un papel clave para el progreso del turismo en la región.

El análisis PESTEL es una herramienta esencial para comprender y evaluar el entorno externo que impacta en la industria turística de la Vega Baja. Este análisis examina los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales que pueden influir en la viabilidad y el desarrollo del sector turístico en esta región. Al considerar estos factores clave, obtenemos una visión integral de los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria turística en la Vega Baja, lo que a su vez puede orientar la toma de decisiones estratégicas para su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Imagen: 5

Tabla resumen del análisis PESTEL

Dimensión económica	Valores	1	2	3	4	5
Precios	5					
Nº Empresas	4					
Dinamismo del sector empresarial	3					
Demanda	5					
Infraestructura	2					
Dimensión político-legal						
Estabilidad	3					
Política fiscal	2					
Cambios de legislación	3					
Regulación del turismo	4					
Protección del patrimonio	3					
Políticas de promoción	2					
Seguridad	5					
Dimensión del entorno sociocultural						
Identidad y unidad	3					
Riqueza del patrimonio cultural	5					
Patrimonio literario	3					
Patrimonio territorial	3					
Estilos de vida	3					
Tradiciones y festividades	5					
Dimensión del entorno ecologico						
Sostenibilidad	2					
Hidrología y variabilidad climática	3					
Intervenciones antropicas en el sistema fluvial	4					
Características y herencia agrícola	4					
Áreas naturales protegidas y biodiversidad	4					
Turismo rural y desarrollo sostenible	3					
Políticas y estrategias de desarrollo rural	3					
Dimensión del entorno tecnologico						
Tendencias	3					
Nuevos modelos de negocio	4					
Innovaciones tecnológicas	5					
Impacto de las nuevas tecnologías en el sector	4					
Barreras tecnológicas	2					
Competencia tecnológica en el sector	2					

Fuente: Elaboración propia.

5. ANALISIS DAFO

5.1 Identificación de las debilidades del sector

El sector turístico de la Comarca también enfrenta desafíos significativos que deben ser reconocidos, para lograr un desarrollo sostenible y una mayor competitividad en el mercado. En este sentido, es crucial analizar las debilidades que afectan al sector, con el fin de diseñar estrategias efectivas que permitan superar los obstáculos y potenciar sus fortalezas.

En el presente apartado, se examinarán detalladamente algunas de las principales debilidades que han sido identificadas en el sector turístico de la Comarca de la Vega Baja. Entre ellas se destacan la infrautilización de los recursos turísticos culturales,

patrimoniales y naturales, la excesiva dependencia del turismo de sol y playa (turismo de masas), la estacionalidad de la demanda, los problemas de tráfico y movilidad en algunas zonas en hora punta, la insuficiente incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el sector turístico y el desconocimiento y la escasa intervención promovida desde los diferentes entes públicos de las distintas regiones.

A lo largo de este análisis, se explorarán en detalle cada una de estas debilidades, su impacto en el desarrollo turístico de la Comarca, así como las oportunidades y soluciones que podrían implementarse para superar estos desafíos. Es fundamental que tanto las autoridades locales como los actores privados y la sociedad en su conjunto se comprometan con un enfoque colaborativo y estratégico para transformar estas debilidades en oportunidades, garantizando así un futuro próspero y sostenible para el sector turístico en la Comarca de la Vega Baja.

El sector turístico de la Comarca de la Vega Baja enfrenta una serie de desafíos significativos que afectan su desarrollo y competitividad. Estas debilidades impactan de manera directa en la economía local, la calidad de la experiencia del turista y la sostenibilidad del sector en su conjunto.

En primer lugar, la infrautilización de los recursos turísticos culturales, patrimoniales y naturales representa una oportunidad perdida para atraer a un segmento diverso de turistas y así enriquecer la oferta turística de la Comarca. Esto limita su capacidad para diferenciarse de otros destinos y aprovechar plenamente su riqueza cultural y natural.

La excesiva dependencia del turismo de sol y playa genera una estacionalidad marcada, lo que se traduce en picos de demanda durante ciertas temporadas y bajas ocupaciones en otras. Esto afecta negativamente la economía local, ya que se produce una concentración de ingresos en momentos específicos, dejando periodos de baja actividad y reduciendo las oportunidades de empleo.

Los problemas de tráfico y movilidad en algunas zonas en hora punta afectan la experiencia del turista, generando incomodidad y limitando el tiempo efectivo para disfrutar de los atractivos turísticos. Esto puede disuadir a los visitantes y afectar la percepción del destino como un lugar acogedor y de fácil acceso.

La insuficiente incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) dificulta la gestión eficiente de servicios turísticos, la promoción y la comunicación

con los visitantes. En un mundo cada vez más digitalizado, esto repercute en la competitividad del destino y en la capacidad de llegar a nuevos mercados.

Finalmente, el desconocimiento y la escasa intervención promovida desde los diferentes ayuntamientos de la región generan una gestión desarticulada y falta de visión estratégica para el desarrollo turístico. La falta de una dirección común limita la capacidad de impulsar iniciativas coordinadas que beneficien a toda la Comarca.

5.2 Identificación de las fortalezas del sector

El clima templado durante todo el año invita a disfrutar de días soleados y playas de ensueño. Además, su riqueza cultural e histórica añade un encanto especial, con monumentos históricos y festividades que rememoran su pasado.

Las hermosas playas, junto con los espacios naturales de la región, brindan oportunidades para relajarse y conectar con la naturaleza. La gastronomía y los productos locales ofrecen sabores auténticos que cautivan el paladar de los visitantes. Con una diversidad de actividades turísticas, desde deportes acuáticos hasta senderismo, hay opciones para todos los gustos. Estas ventajas permiten a la Comarca atraer turistas durante todo el año y ofrecer experiencias variadas para todos los visitantes.

Estas fortalezas dan al sector turístico de la Comarca de la Vega Baja una base sólida para un desarrollo turístico sostenible y una experiencia gratificante para los viajeros que la elijan como destino.

5.3 Identificación de las oportunidades del sector

Las oportunidades para el desarrollo del sector turístico. En primer lugar, fomentar el turismo rural, gastronómico, de naturaleza y cultural permitiría diversificar aún más la oferta turística, atrayendo a visitantes interesados en experiencias auténticas y enriquecedoras. Además, crear sinergias entre entes públicos y sectores turísticos propiciaría una gestión más eficiente y una visión integral del desarrollo del turismo.

Otra oportunidad es promover la valorización y promoción de los recursos culturales, patrimoniales y naturales mediante campañas de marketing, rutas temáticas y eventos culturales. Esto atraería a visitantes interesados en el turismo cultural y de naturaleza, mientras contribuye a la preservación del patrimonio local.

Fomentar la colaboración público-privada para crear una oferta más completa y atractiva ampliaría las posibilidades turísticas y aumentaría la competitividad del destino.

Asimismo, incentivar la riqueza de la huerta de la Vega Baja mediante el cultivo sostenible atraería a turistas interesados en experiencias relacionadas con la agricultura tradicional y la gastronomía local.

Además, la implementación de tecnologías turísticas, como sistemas de información y aplicaciones móviles, mejoraría la experiencia del turista y la eficiencia en la gestión turística.

Por último, promover una mayor cooperación y trabajo conjunto entre los 27 ayuntamientos de la Comarca, mediante planes turísticos regionales y objetivos comunes, garantizaría un desarrollo más equitativo y sostenible del turismo en toda la región.

La comarca de la Vega Baja tiene la oportunidad de convertirse en un destino turístico sostenible y más digitalizado al potenciar la colaboración entre los distintos ayuntamientos de la región. Aunque ya se realizan acciones positivas, aún hay margen para poner en valor el turismo rural, cultural y natural, así como el turismo gastronómico. La implementación de tecnologías turísticas facilitaría la estancia de los visitantes. Enfocarse en estas oportunidades permitirá ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras, impulsando la economía local y consolidando a la comarca como un destino atractivo y de calidad.

5.4 Identificación de las amenazas del sector

El turismo residencial puede representar una amenaza para la Comarca de la Vega Baja, ya que la construcción masiva de viviendas para uso vacacional puede llevar a una rápida urbanización y degradación del entorno natural. La pérdida de paisajes auténticos y la presencia de construcciones no acordes con el entorno pueden afectar negativamente la experiencia del turista y la imagen del destino. Esta degradación también puede impactar en la calidad de vida de los residentes locales y generar conflictos sociales debido a la competencia por recursos y el aumento del coste de vida. Es fundamental establecer una planificación urbanística adecuada y políticas de turismo sostenible que controlen el crecimiento descontrolado y preserven la identidad y los valores naturales y culturales de la Comarca.

La falta de promoción puede ser una amenaza significativa para el desarrollo turístico de la Comarca de la Vega Baja. Si no se realiza una promoción adecuada del destino en el mercado turístico, este puede quedar desconocido para potenciales visitantes y competir

en desventaja con otros destinos mejor posicionados. La promoción adecuada y estratégica es esencial para atraer a nuevos turistas y diversificar la procedencia de los visitantes. Además, una campaña de promoción bien ejecutada puede resaltar los atributos únicos de la región y posicionarse en segmentos de mercado específicos, aumentando su atractivo y competitividad. La colaboración entre el sector público y privado es clave para desarrollar una estrategia de promoción efectiva y coordinada que maximice los recursos disponibles y genere impacto en el mercado.

La carencia de infraestructura en transporte público sostenible puede representar una amenaza para la movilidad de los turistas dentro de la Comarca de la Vega Baja. La falta de opciones de transporte público eficiente y sostenible puede dificultar el desplazamiento de los visitantes entre los diferentes puntos de interés turístico, lo que puede disminuir su satisfacción y afectar negativamente su experiencia en el destino. Un sistema de transporte público bien desarrollado, que incluya opciones como autobuses, trenes o sistemas de transporte compartido, no solo beneficia al turismo, sino que también contribuye a reducir el impacto ambiental del turismo y fomenta un desarrollo sostenible del sector. La inversión en infraestructura de transporte público es clave para mejorar la accesibilidad y la experiencia del turista en la Comarca.

La estacionalidad es una amenaza importante para el sector turístico en la Comarca de la Vega Baja. La alta concentración de turistas en ciertas épocas del año y la disminución significativa de visitantes en otras temporadas pueden generar desafíos en la gestión y sostenibilidad del sector. La dependencia excesiva del turismo estacional puede afectar la economía local y la estabilidad laboral de los trabajadores del sector turístico. Para hacer frente a esta amenaza, es necesario desarrollar estrategias de diversificación de la oferta turística, promoviendo eventos y actividades durante las temporadas de menor afluencia, y fomentar la creación de productos turísticos que atraigan visitantes durante todo el año. Asimismo, es importante promover el turismo responsable y sostenible, evitando la masificación y preservando la autenticidad y el atractivo del destino.

La competencia con otros destinos turísticos, tanto dentro de España como en el extranjero, es una amenaza constante para la Comarca de la Vega Baja. La elección de los turistas entre diferentes destinos depende de factores como la oferta turística, precios, imagen y promoción del destino. Es crucial destacar los atributos únicos y diferenciadores

de la Comarca, resaltando su autenticidad, patrimonio cultural y riqueza natural. Además, es esencial mantener una vigilancia constante del mercado y las tendencias del sector.

5.5 Resumen del análisis DAFO

Imagen: 6

Tabla resumen del análisis DAFO

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
Debilidades		Amenazas	
Infrautilización de recursos turísticos culturales, patrimoniales y naturales.		Degradación del territorio por excesivo turismo residencial	
Excesiva dependencia del turismo de sol y playa (turismo de masas).		Falta de promoción del destino turístico de la comarca.	
Insuficiente incorporación de tecnologías de la información y la comunicación.		Carencia de infraestructura en transporte público sostenible	
Excasa inversión de los diferentes entes públicos de la comarca.		Estacionalidad de la demanda.	
Algunos problemas de movilidad en transporte público.		Impacto de la crisis sanitaria (COVID-19)	
		Competencia con otros destinos turísticos nacionales e internacionales	
Fortalezas		Oportunidades	
Bondades del clima		Fomentar el desarrollo del turismo rural, gastronómico, cultural y de naturaleza.	
Riqueza cultural e histórica.		Promocionar la valorización de los recursos culturales y naturales.	
Variedad de espacios naturales, culturales, y playas.		Crear sinergias entre entidades públicas y sectores privados turísticos.	
Variedad de monumentos históricos, festividades y platos gastronómicos.		Mayor incorporación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).	
Fomento de la marca, "Vega Baja tu tierra y la mía"		Mayor cooperación y trabajo conjunto entre los 27 ayuntamientos de la Comarca.	
		Incentivar la riqueza de la huerta de la Vega Baja mediante el cultivo sostenible	

Fuente: elaboración propia

6. ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR TURISTICO EN LA COMARCA DE LA VEGA BAJA

En el proceso de fortalecer y potenciar el sector turístico de la Comarca de la Vega Baja, resulta esencial la formulación y ejecución de estrategias que permitan capitalizar las fortalezas identificadas, abordar las debilidades reconocidas, y aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas del entorno. Estas estrategias se convierten en la brújula que guía la toma de decisiones y acciones, con el objetivo de lograr un desarrollo turístico sostenible, atractivo y en sintonía con las demandas cambiantes de los visitantes.

En este apartado, se presentarán una serie de líneas de actuación estratégicas claves diseñadas para abordar los desafíos y capitalizar las oportunidades identificadas en los análisis internos y externos previamente expuestos. Estas estrategias se basan en una

comprensión profunda de las características únicas de la Comarca de la Vega Baja, así como en la integración de prácticas y tendencias exitosas en la industria turística.

El objetivo fundamental de esta sección es proponer un conjunto de directrices orientadas a impulsar la competitividad, diversificación y sostenibilidad del sector turístico en la región. Estas estrategias no solo buscan optimizar la experiencia de los visitantes, sino también generar un impacto positivo en la economía local, la comunidad y el entorno natural y cultural.

6.1 Estrategia a largo plazo en la Vega Baja del Segura

Según (Convega, 2022) el Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja se establece a través de acuerdos de colaboración entre Convega, Turisme Comunitat Valenciana y la Diputación Provincial de Alicante, con el propósito de fortalecer y consolidar la oferta turística de la región siguiendo criterios de competitividad, sostenibilidad y equilibrio socio territorial. Esto aborda desafíos para una mayor proyección.

Las acciones implementadas se centran en dos estrategias clave según (Convega, 2022): A largo plazo implementación de la Marca Territorio y el fomento del turismo sostenible en la comarca. El objetivo es posicionar de manera distintiva y competitiva el territorio a través del Turismo, Gastronomía y la Agricultura. Este plan se presenta como una herramienta crucial basada en enfoques de gobernanza colaborativa, permitiendo que los veintisiete municipios trabajen como una entidad unificada bajo la Marca "Vega Baja del Segura, tu tierra y la mía". Esto se logra de manera cohesionada aprovechando los recursos y las capacidades de cada localidad, generando productos turísticos y comprometiendo a actores tanto públicos como privados, así como a la comunidad.

La implementación de la marca Territorio busca dotar a la región de una identidad distintiva en el mercado turístico. Esto no solo permite diferenciarse de otros destinos, sino que también crea una conexión emocional con los visitantes, lo que puede aumentar su lealtad y promoción. Por otro lado, el enfoque en el turismo sostenible asegura que el crecimiento turístico respete los recursos naturales y culturales locales, beneficiando tanto al entorno como a la comunidad. Esta estrategia no solo promueve la preservación a largo plazo, sino que también genera empleo y participación comunitaria, contribuyendo a un desarrollo equilibrado. En conjunto, estas dos estrategias se complementan para

construir una oferta turística atractiva, única y responsable en la Comarca de la Vega Baja. (Convega, 2022)

6.2 Plan de Marketing de la Vega Baja de Segura 2022-2024

El plan de marketing de la Vega Baja del Segura emerge como un pilar fundamental en la visión estratégica de potenciar y revitalizar el sector turístico en esta región. Con la finalidad de trazar un camino claro y efectivo hacia un turismo más competitivo y sostenible. Este plan aborda desafíos clave y aprovecha oportunidades para elevar a la región a un nivel de reconocimiento nacional e internacional.

Según el autor del plan de Marketing de la Vega Baja del Segura, (SALTO, consultores, 2023) a continuación, se detallan los elementos fundamentales del plan, para dar una visión general de las direcciones estratégicas, así como de las diferentes acciones a adoptar en los próximos años:

La **misión** del Plan es establecer una guía a tres años vista para rediseñar el enfoque turístico de la comarca. Esto se lograría mediante la creación, comercialización y promoción de productos multisectoriales sólidos, apoyados en dinámicas de colaboración entre el ámbito público y privado, y contribuyendo al equilibrio sostenible en términos económicos, medioambientales y sociales en el territorio.

La **visión** del Plan busca transformar la Vega Baja del Segura y sus 27 municipios en un destino versátil y referencial tanto a nivel nacional como internacional. Los fundamentos y la inspiración del Plan se basan en ocho valores fundamentales: sostenibilidad, hospitalidad, diferenciación, tradición, ética, colaboración, innovación y creatividad.

Un total de 12 **objetivos** generales buscan lograrse a través de la implementación del nuevo Plan de Marketing para la Vega Baja del Segura:

1. Fomentar una actividad turística sostenible.
2. Sensibilizar a la población local y a los turistas sobre la importancia de respetar, conservar, el patrimonio natural y cultural.
3. Fomentar la participación de las empresas locales en la comarca y la cooperación de los diferentes entes públicos de la región.
4. Fomentar e inspirar el asociacionismo a través de la creación de clubes de producto.

5. Mejorar la calidad turística a través de iniciativas de discriminación positiva en los aspectos promocionales y comerciales.
6. Contribuir a realzar el valor de recursos turísticos únicos y particulares.
7. Fomentar el progreso socioeconómico de la Vega Baja a través del vínculo de la gastronomía y la agricultura vinculadas a la actividad turística.
8. Diversificar la oferta turística mediante la introducción de nuevos productos para contrarrestar la estacionalidad en el territorio.
9. Convertir a la comarca de la Vega Baja en un destino-territorio de referencia nacional e internacional.
10. Ampliar la diversidad de la demanda turística y enfocar las iniciativas promocionales en la atracción de públicos específicos.
11. Enfrentar los aspectos adversos derivados de la crisis sanitaria del Covid-19.
12. Mejorar el sistema de gobernanza turística supramunicipal para mejorar y mantener niveles de competitividad óptimos.

En resumen, el **plan de marketing de la Vega Baja del Segura** emerge como un pilar estratégico para potenciar y revitalizar el sector turístico en la región. Este plan se enfoca en crear un camino hacia un turismo más competitivo y sostenible, abordando desafíos clave y aprovechando oportunidades para elevar el reconocimiento de la región a nivel nacional e internacional.

El autor del plan de marketing, (SALTO, consultores, 2023), destaca los elementos fundamentales que guiarán este proceso. La misión del plan es rediseñar el enfoque turístico de la comarca a lo largo de tres años, impulsando la creación, comercialización y promoción de productos multisectoriales mediante la colaboración público-privada. Esto busca lograr un equilibrio sostenible en términos económicos, medioambientales y sociales en la región.

La visión del plan aspira a transformar la Vega Baja del Segura en un destino referencial a nivel nacional e internacional, basado en ocho valores fundamentales que incluyen sostenibilidad, hospitalidad, diferenciación, tradición, ética, colaboración, innovación y creatividad. El plan se propone alcanzar 12 objetivos generales, que van desde fomentar la actividad turística sostenible hasta enfrentar los desafíos derivados de la crisis sanitaria del Covid-19, pasando por mejorar la calidad turística, diversificar la oferta, y convertir la comarca en un destino-territorio de referencia. Estos objetivos buscan no solo mejorar

la competitividad, sino también sensibilizar a la población local y turistas sobre la importancia del patrimonio natural y cultural, y promover el progreso socioeconómico de la región a través de la vinculación de la gastronomía y la agricultura a la actividad turística. Además, se busca mejorar el sistema de gobernanza turística supramunicipal para mantener niveles óptimos de competitividad. (SALTO, consultores, 2023)

En conjunto, el **plan de marketing de la Vega Baja del Segura** plantea una visión ambiciosa y estratégica para impulsar el turismo en la región, aportando no solo beneficios económicos, sino también un desarrollo sostenible y enriquecedor para la comunidad local y los visitantes.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Síntesis de los resultados obtenidos e implicaciones y recomendaciones para el sector turístico en la comarca de la Vega Baja.

La comarca de La Vega Baja ha demostrado ser una región pionera en la adopción tecnológica en diversos sectores relacionados con el turismo, y la modernización de la agricultura. Sin embargo, en el ámbito turístico, aun no es suficiente y se ha identificado una brecha en la adopción tecnológica. Aunque la tecnología aporta ventajas significativas al sector turístico, se ha observado una falta de compromiso por parte de los entes públicos para fomentar la implementación de soluciones tecnológicas en áreas visitadas por turistas. Esto ha dado lugar a que muchas empresas turísticas no estén aprovechando plenamente el potencial que la tecnología puede ofrecer para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la competitividad de la región como destino turístico.

Las implicaciones de esta falta de adopción tecnológica en el sector turístico son relevantes para la comarca. La región está perdiendo la oportunidad de enriquecer la experiencia de los visitantes al no aprovechar las tecnologías innovadoras disponibles. Además, esta falta de adopción afecta la competitividad y sostenibilidad de La Vega Baja como destino turístico, ya que otras regiones podrían estar mejor preparadas para atender a las demandas cambiantes del mercado turístico. La tecnología puede mejorar la eficiencia operativa, permitir la personalización de servicios y contribuir a la adaptación rápida a las necesidades de los viajeros, aspectos que actualmente no están siendo plenamente explotados en la región.

Para abordar esta situación, se presentan recomendaciones clave. En primer lugar, se insta a los entes públicos a desempeñar un papel más activo en la promoción y apoyo a la

adopción tecnológica en el sector turístico. Además, se recomienda que las empresas turísticas de la comarca exploren y adopten tecnologías innovadoras, como aplicaciones móviles, inteligencia artificial y realidad aumentada, para optimizar la experiencia del cliente y aumentar su atractivo. Es esencial brindar formación adecuada al personal para asegurar que las tecnologías sean utilizadas eficazmente. Finalmente, se subraya la importancia de fomentar la colaboración entre las empresas turísticas, compartiendo información y buenas prácticas para lograr un crecimiento sostenible y una experiencia turística más enriquecedora en La Vega Baja.



8. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFIA

8.1 Referencias bibliográficas utilizadas en el trabajo.

- Acerenza, M. Á. (2015). Agencias de viajes. *Revista de Estudios turísticos*, págs. 131-132. Obtenido de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42144.pdf
- Acerenza, M. Á. (2015). Agencias de viajes. . pág. 131. Obtenido de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42144.pdf
- Canales Martínez, G., & Castejón Porcel, G. (21 de 01 de 2020). INICIATIVAS PARA DAR VALOR A LA HUERTA DEL BAJO SEGURA. ANALISIS DEL PROYECTO "LA VEGA BAJA INTERIOS DE LA COSTA BLANCA" (ALICANTE). Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/111145/1/Canales_Castejon_2020_CuadTurismo.pdf
- Castro Álvarez, U., González Rodríguez, J., & Maldonado Duarte, L. (2017). DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: ¿ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO LOCAL EN PAISES POBRES? *Turydes: Turismo y Desarrollo*, 5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7932235>
- Fernández Alcantud, A., & García Moreno, B. (2021). Ayana, Revista de Investigación en Turismo. *Los Destinos Turísticos Inteligentes: El pilar de la recuperación turística*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/119681/Documento_completo-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, C., Gómez Loscos, A., & Martín, C. (2021). *EVOLUCIÓN RECIENTE DEL TURISMO EXTRANJERO EN ESPAÑA*. Obtenido de <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/Informe%20trimestral/21/Recuadros/Fich/be2103-it-Rec6.pdf>
- Hermosilla, J., & Iranzo, E. (2017). *Paisajes Turísticos, Valencianos*. Obtenido de <http://paisajesturisticosvalencianos.com/paisajes/las-salinas-de-santa-pola-torrevieja/>
- Jaime, E. P. (10 de 04 de 2021). ¿Por qué es tan importante la huerta de la Vega Baja para el conjunto de nuestra provincia? *Información*. Obtenido de <https://www.informacion.es/vega-baja/2021/04/10/importante-huerta-vega-baja-conjunto-46231406.html>

- López Rodríguez, A. L., & López Rodríguez, S. A. (09 de 01 de 2017). IMPACTO DE LAS TIC EN EL TURISMO: CASO COLOMBIANO. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/327081/228951>
- MARTÍNEZ GUIRAO, J. E., & MAZÓN MARTÍNEZ, T. (2016). *CONSECUENCIAS DE LA CRISIS EN EL TURISMO. Un estudio sobre la vega baja del segura*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5607427>
- Navarro Fajardo, J. C. (2006). Bóvedas góticas de la catedral de Orihuela (Alicante). *EGA. Revista de Expresión Gráfica Arquitectónica*, (11), págs. 148-155. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/118261/10324-38158-1-SM.pdf?sequence=1>
- Pulido Fernández, J. I., & Cárdenas García, P. (05 de 2011). EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA. ORIENTACIONES. Obtenido de <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1348/1271>
- Retana, K. (24 de 02 de 2020). Tecnología, ¿aliado o verdugo de las agencias de viajes? Obtenido de <https://www.revistaviajesdigital.com/turismo-y-negocios/1325-tecnologia-aliado-o-verdugo-de-las-agencias-de-viajes>
- Robles, D. (07 de Febrero de 2022). ¿Cómo es la economía en la Vega Baja? *Campoamor.com*. Obtenido de <https://campoamor.com/ESP/como-es-la-economia-en-la-vega-baja/>
- Sánchez Mateos , M. (2014). El Museo de la Muralla de Orihuela. *La musealización de las excavaciones, solar de la casa del paso. Orihuela, (Alicante)*, págs. 2173-2176. Obtenido de <http://www.man.es/man/dam/jcr:6964031b-d4d3-4725-aeaf-36a33336f47f/man-bol-2017-35-224.pdf>
- Sanchez, M. (24 de Abril de 2020). 8 razones para visitar Andalucía. Obtenido de <https://www.clubrural.com/blog/8-razones-para-visitar-andalucia/>
- Vacas, C., & Landeta, M. H. (2009). APROXIMACIÓN AL ÚLTIMO MEDIO SIGLO DE TURISMO. *Estudios Turísticos*, , 1- 44. Obtenido de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/108092.pdf

8.2 Webgrafía.

- Ayuntamiento de Guardamar del Segura. (2023). *Turisme de Guardamar*. Obtenido de <https://guardamarturismo.com/dunas-y-pinada/>
- Ayuntamiento de Guardamar del Segura. (2023). *Turisme Guardamar*. Obtenido de <https://guardamarturismo.com/playas-de-guardamar/>
- Ayuntamiento de Orihuela. (2023). Obtenido de <https://www.orihuela.es/campos-de-golf/>
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante. (2021). *Camara de Alicante*. Obtenido de <https://www.alicanteencifras.com/m11-turismo.htm#p08>
- Alicante Plaza. (14 de 12 de 2022). El Vega Renhace quiere impulsar un parque cultural comarcal en la Vega Baja. Obtenido de <https://alicanteplaza.es/elvegarenhacequiereimpulsarunparqueculturalcomarcalenlavegabaja>
- CNAE. (2009). *Codigo Nacional de Actividades Economicas*. Obtenido de Listado completo de actividades del CNAE 2009: <https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php>
- Confederación Hidrográfica del Segura. (2009). *CORREDOR VERDE. RESTAURACIÓN PAISAJÍSTICA Y AMBIENTAL EN LA VEGA BAJA DEL RÍO SEGURA*. Obtenido de https://www.chsegura.es/export/sites/chs/.galleries/descargas_libros/CorredorVerde._Restauracion.pdf
- Convega. (2022). *Consortio para el desarrollo economico de la Vega Baja del Segura*. Obtenido de <https://www.convega.com/promocioncomarcal/plan>
- Diario de la Vega. (16 de 09 de 2021). CONVEGA y agentes clave identifican los retos económicos, sociales y ambientales de la Vega Baja. Obtenido de <https://www.diariodelavega.com/convega-y-agentes-clave-identifican-los-retos-economicos-sociales-y-ambientales-de-la-vega-baja/>
- Diario de la Vega. (16 de 05 de 2023). Cámara Orihuela organiza cinco talleres de formación enfocados a mejorar la digitalización de las pymes. Obtenido de <https://www.diariodelavega.com/camara-orihuela-organiza-cinco-talleres-de-formacion-enfocados-a-mejorar-la-digitalizacion-de-las-pymes/>

Diario de la Vega. (24 de 05 de 2023). CENID desarrolla un mapa digital del turismo deportivo de la provincia de Alicante. Obtenido de <https://www.diariodelavega.com/cenid-desarrolla-un-mapa-digital-del-turismo-deportivo-de-la-provincia-de-alicante/>

Empleo AEDL. (02 de 11 de 2016). *Los alcaldes de Pilar de la Horadada, Guardamar del Segura y Torrevieja rubrican el pacto territorial por el empleo*. Obtenido de <http://www.pilardelahoradada.org/noticias/empleo-aedl/los-alcaldes-de-pilar-de-la-horadada-guardamar-del-segura-y-torrevieja-rubrican>

epdata. (2023). *¿cuántos turistas llegan a España?* Obtenido de <https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106>

G.T. Vega Baja. (2020). *La Cultura como elemento de progreso en la Vega Baja*. Consell Valencià de Cultura. Obtenido de <https://cvc.gva.es/wp-content/uploads/656-1.pdf>

G.T. Vega Baja. (2020). *La Cultura como elemento de progreso en la Vega Baja*. Obtenido de <https://cvc.gva.es/wp-content/uploads/656-1.pdf>

INE. (2022). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2856>

online, L. V. (19 de 07 de 2023). *LA VEGA ON LINE, el portal de la vega baja* . Obtenido de <https://www.convega.com/convega/quees.html>

Organización Mundial del Turismo . (1994). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

SALTO, consultores. (2023). *saltoconsultores*. Obtenido de <https://saltoconsultores.es/magazine/plan-de-marketing-de-la-vega-baja-del-segura/>

SEGITUR, Turismo e Innovación . (2019). *SEGITUR, Secretaría de estado de Turismo*. Obtenido de <https://www.segittur.es/blog/destinos-turisticos-inteligentes/los-destinos-turisticos-inteligentes-apuestan-por-los-ods/>

Sempere, M. V. (2004). *WIKIPEDIA*. Obtenido de https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_de_la_Vega_Baja_del_Segura.svg

vegabajadigital. (10 de 03 de 2022). Análisis del Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja. Obtenido de <https://vegabajadigital.com/analisis-del-plan-de-dinamizacion-y-gobernanza-turistica-de-la-vega-baja-en-almoradi/>

