

Turismo de interior en España, del *overtourism* al *undertourism*

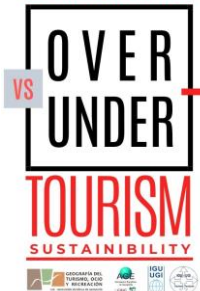
Gemma CÀNOVES VALIENTE, Asunción BLANCO-ROMERO y
Inmaculada DÍAZ-SORIA

SHNB



SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM
ON TOURISM AGE-IGU



Cànoves Valiente, G., Blanco-Romero, A. y Díaz-Soria, I. 2020. Turismo de interior en España, del *overtourism* al *undertourism* In: Pons, G. X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, C., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M (eds.). Sostenibilidad Turística: *overtourism vs undertourism*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 471-482. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El análisis del turismo en España muestra las dos caras de una misma moneda, la dicotomía entre costa e interior. Ante destinos con experiencias de *overtourism*, los espacios de interior intentan fomentar el turismo como estrategia de dinamización y freno a la despoblación. El presente trabajo muestra los resultados cuantitativos de las últimas investigaciones del grupo TUDISTAR, aplicadas a 12 casos de estudio y centrada en diversos indicadores, para la obtención de una radiografía de territorios y productos turísticos en diferentes etapas de su desarrollo. La investigación contempla la teoría de los micro-clústeres surgidos entorno a productos turísticos innovadores como fomento del desarrollo local y la capacidad de resiliencia territorial. Gracias a la aplicación del ciclo adaptativo de la resiliencia es posible situar los resultados de los casos analizados. Ello indica que aun teniendo un amplio potencial turístico en las zonas interiores, se requiere de una buena planificación regional, para llegar a inducir la capacidad de la actividad turística como dinamizador local, endógeno y a pequeña escala. Los clústeres turísticos de interior pueden repercutir positivamente en la economía local y ayudar a frenar la despoblación, principalmente en momentos de imprescindible resiliencia del turismo de proximidad. En definitiva, favorecer una actividad turística motor de equilibrio territorial ante la polarización de una *periferia-litoral overturistificada* y un interior *periférico-marginal underturistificado*.

Palabras clave: España, turismo de interior, clúster, resiliencia, ciclo adaptativo

INLAND TOURISM IN SPAIN, FROM OVERTOURISM TO UNDERTOURISM.
Two sides of the same coin appear while analysing tourism in Spain: the dichotomy between coastal and inland areas. Some coastal destinations have overtourism experiences while inland areas aim at promoting tourism as a dynamization strategy that would slow down depopulation. The current work gathers the main quantitative results of the latest researches of TUDISTAR group. It focuses on 12 cases and develops different indicators with the goal of obtaining an accurate image of different territories and tourism products at different stages of their development. The theory of micro-clusters created around innovative tourism products to promote local development and improve territorial resilience is central and the position of each case in its own resilience adaptive cycle has been analysed. The results show that even having a large tourism potential, good regional planning is required to induce the capacity of the tourism activity as a local, endogenous and small-scale catalyst. Inland tourism clusters can have a positive impact on local economies and help curb depopulation, mainly in times of essential resilience and proximity tourism. In short, this study advocates for a tourism offer that promotes territorial balance to face the polarization between an overturistified periphery-coastline and an underturistified peripheral-marginal inland.

Key words: Adaptive Cycle, Cluster, Inland Tourism, Resilience, Spain.

Gemma CÀNOVES VALIENTE, Dep. de Geografia. Campus UAB. 08193. Cerdanyola del Vallès. Barcelona. Spain. gemma.canoves@uab.cat; Asunción BLANCO-ROMERO. Dep. de Geografia. Campus UAB. 08193. Cerdanyola del Vallès. Barcelona. Spain. asuncion.blanco@uab.cat; Inmaculada DIAZ-SORIA. EUTDH. Edifici Blanc Campus UAB Vila Universitaria, s/n, 08193 Cerdanyola del Vallès, Barcelona. inmaculada.diaz@uab.cat

Recepción del manuscrito: 9-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

España fue el destino de 83,7 millones de turistas en 2019 (INE, 2019), convirtiéndose así en el segundo país del ranking mundial detrás de Francia. Este turismo no se reparte uniformemente por el territorio español, sino que se concentra en las costas y las grandes ciudades, mientras que los territorios de interior, fuera de las grandes aglomeraciones, quedan al margen. El grupo de investigación TUDISTAR se interesa desde hace años por el desarrollo turístico de estos territorios. Este texto resume los resultados de las investigaciones del grupo en los últimos cinco años sobre la evolución del turismo de interior en España. Se analizan las dinámicas territoriales que se están produciendo en ellos, con una creciente despoblación y que han apostado en muchos casos por el turismo cultural y patrimonial como vía de desarrollo, contribuyendo a la dinamización de unos espacios críticos para la soberanía alimentaria y como espacio común (Gómez-Pellón, 2018). Se analizan las repercusiones sociales y económicas de esta apuesta gracias a una metodología mixta, donde se triangulan entrevistas en profundidad a agentes cualificados de los diversos clústeres turísticos y territoriales con una serie de indicadores que contemplan las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y que nos han permitido situar a los territorios y los productos turísticos analizados en su ciclo adaptativo. Se compararon doce casos del territorio español, para cada uno de los cuales se seleccionó un producto turístico en base a su capacidad de potenciar y valorizar los recursos culturales, patrimoniales y naturales de su territorio.

En ocasiones parece que el turismo en las áreas interiores no altere el territorio ni la vida de la comunidad. Sin embargo, con el paso del tiempo, turismo y turistas provocan un efecto que, dependiendo de su gestión, puede ser depredador, o bien multiplicador y dinamizador de estos espacios, generando actividades complementarias y nuevos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos. En ocasiones, las Administraciones Públicas, en su afán por desarrollar el turismo como una actividad para la promoción económica y social de estos territorios, realizan una promoción excesiva que acaba repercutiendo negativamente en éstos. Los resultados de investigaciones anteriores (Cànoves *et al.*, 2014) nos han mostrado que la combinación idónea para los espacios interiores es la de valorizar turísticamente sus recursos culturales, patrimoniales y naturales, pero considerando siempre los resultados bajo una visión local, desde la capacidad de dinamización endógena y a pequeña escala del turismo. Este pequeño dinamismo, nada comparable al de los grandes complejos litorales, parece sin embargo tener unas repercusiones positivas para la población local y puede ayudar a frenar la despoblación e incluso dinamizar la economía local. La potenciación del patrimonio en los espacios interiores ha mostrado una gran capacidad de resiliencia ante las situaciones de crisis, como la de 2008, y se mostrará

previsiblemente de nuevo para estos espacios en la actual crisis provocada por la COVID-19.

Se trata de espacios de baja densidad turística, atractivos para un turismo de proximidad, el cual gana adeptos en un contexto en el que los desplazamientos se ven limitados a zonas próximas de la comunidad de origen del visitante. Este escenario revitaliza las actividades de proximidad, el ocio de espacios naturales y la cultura local, dinámicas a menudo vinculadas con los territorios de interior.

Marco teórico y estado de la cuestión

Este estudio parte de la premisa de que en los territorios de interior están emergiendo nuevos clústeres alrededor de productos turísticos innovadores que ayudan al desarrollo local. Delimitamos así en este punto los conceptos de destino turístico, competitividad, clúster y resiliencia territorial.

Partimos de la idea que un destino turístico es un sistema formado por un conjunto de elementos de carácter físico y estático, como sus recursos, atractivos turísticos e infraestructuras de apoyo, y otros de carácter dinámico y relacional, como sus actores y conexiones (Muñoz, 2012). Entre las aportaciones más significativas realizadas sobre la conceptualización y modelización de los destinos destacaremos a Pearce (2012), quien los analiza como clústeres, redes, sistemas y constructos sociales, o quien propone los “Sistemas Locales de Innovaciones Turísticas” (SLIT), en los cuales el territorio se considera una construcción colectiva dentro de la cual se generan interacciones entre los distintos agentes turísticos. En ellos surge el emprendimiento turístico (Power *et al.*, 2017) o “bricolaje empresarial” de las microempresas y micro-clústeres turísticos, y lo que teorías emergentes denominan el “bricolaje espacial”, donde las microempresas rurales combinan y usan los recursos para crear valor en entornos con recursos limitados (Davidsson, Baker y Senyard, 2017; Clough *et al.*, 2019), tratando el contexto geográfico como un recurso en sí mismo (Korsgaard *et al.*, 2018).

El modelo propuesto por Leiper (1979), adoptado por diversos autores (Hall, 2000; Cooper *et al.*, 2008), proponía un enfoque espacial del sistema, formado por turistas, agentes turísticos y espacios utilizados, todos ellos condicionados por el macroentorno humano, político, sociocultural, económico y medioambiental. Los agentes turísticos están cambiando su estrategia teniendo en cuenta las nuevas necesidades de la demanda, los impactos medioambientales, socioculturales y económicos que generan los visitantes y la propia resiliencia del territorio, con el objetivo de singularizar su oferta, revalorizar el papel del espacio y desarrollar redes de cooperación (García Hernández, 2014; Horrach, 2014). La demanda está influenciada por infinidad de factores, pero, actualmente, debido a la COVID-19, el factor seguridad, el destino seguro y no masificado, será previsiblemente decisivo.

En los últimos años, los territorios de interior en España han orientado sus estrategias a posicionar los destinos en base a sus recursos naturales, patrimoniales y culturales. Dicha estrategia favorece la valorización y la protección del paisaje (Díez, 2013) en el marco de la sostenibilidad social y medioambiental (Ivars, 2001). El desarrollo turístico trae incorporada la búsqueda de competitividad, de productos y oportunidades que formen una experiencia global del territorio visitado (Murphy, 2000), la capacidad de ofrecer valor

añadido en productos y destinos, manteniendo la posición respecto a los competidores (Hassan, 2000), o de adaptarse ante situaciones cambiantes del entorno (Pedreño y Ramón, 2009).

Hemos adoptado para este estudio el concepto de clúster turístico, entendido como un espacio geográfico en el que interactúa un grupo de agentes alrededor del producto. No como una unidad estática, sino que, a lo largo del tiempo, surge, se transforma, evoluciona, crece o incluso desaparece. El estudio de la evolución dinámica de los clústeres y de las fases de su ciclo de vida ha sido tratado generalmente desde una perspectiva industrial (Cruz y Teixeira, 2010). Desde la economía geográfica (Crespo, 2011; Boschma y Fornahl, 2011) se conceptualiza el clúster como un todo, profundizando en los aspectos económicos y/o territoriales. Diferentes autores afirman que la evolución del clúster depende de las estrategias desarrolladas, la dinámica relacional de los agentes, la capacidad de formación y transformación de las empresas y el contexto territorial (Belussi y Sedita, 2009; Hervás-Oliver, 2014), mientras que otros la analizan en base a la cooperación entre los actores (Weidenfeld *et al.*, 2011) o bajo el foco de la innovación (Parra y Santana, 2011). En nuestro caso, el clúster ha de ser entendido también como capacidad de emprendimiento de los agentes turísticos (Power *et al.*, 2017; Fu *et al.*, 2019) y perspectiva basada en oportunidades (Yachin, 2019).

Las etapas del ciclo de vida de un clúster varían según los autores (Van Klink y De Langen, 2001; Lorenzen, 2005; Menzel y Fornahl, 2010), pero todos coinciden en que las fases fundamentales son: inicio, crecimiento, madurez y declive. Así, al principio de su desarrollo, el clúster suele estar formado por pequeños establecimientos poco relacionados entre sí. Después, la mayor cooperación entre ellos, el aumento de las relaciones con los otros agentes presentes en el territorio y la propia competitividad ayudan a su consolidación, hasta que se llega a formar un conjunto maduro de clúster.

En los espacios de turismo de interior hablamos de un modelo de micro-clúster turístico, que tiene como objetivo sostener económicamente comunidades que se han visto afectadas por un declive socioeconómico y presentan escasas posibilidades de crecimiento a largo plazo. El micro-clúster ayuda a posicionar competitivamente el destino a través de la especialización en nichos de mercado. Pero para que un micro-clúster funcione es necesario aglutinar un conjunto de actividades complementarias y que la comunidad local se implique decididamente en las actividades turísticas (Sáez, 2009).

Paralelamente, en nuestro estudio adoptamos el concepto de resiliencia territorial, entendido como la capacidad de los destinos turísticos para absorber los impactos y crisis, y recuperarse en base a sus recursos, la adaptabilidad de su estructura y su flexibilidad. De esta manera, un destino turístico resiliente es aquél que es capaz de prever y anticiparse a las crisis, creando nuevas estrategias y condiciones que le permitan salir reforzado y reinventado de la situación de crisis (Sancho y Gutiérrez, 2010; Vélez, 2010). La gestión de la resiliencia requiere la colaboración entre diversos actores de los territorios, el gobierno local, los residentes y los turistas con el fin de conseguir destinos turísticos cohesionados. Por tanto, un bajo nivel de resiliencia convierte a los destinos en vulnerables y expuestos a cualquier tipo de crisis. La adaptación a los ciclos evolutivos refleja la recuperación y reorientaciones que deben realizar los destinos para sobrevivir a las adversidades (Chien-yu y Chin-cheng, 2016).

Finalmente, el presente estudio se sustenta en el ciclo adaptativo de la resiliencia de Holling y Gunderson (2002), que aplicamos a doce territorios y productos. Analizamos cómo en los territorios de interior están emergiendo unos clústeres alrededor de los nuevos productos turísticos que ayudan con mayor o menor intensidad al desarrollo local. Para que este turismo sea sostenible, es necesario disponer de un sistema de indicadores operativos, evolutivos, fáciles de medir, interrelacionados y que ayuden a obtener una visión global de su evolución y de su sostenibilidad (Gallego *et al.*, 2013). Los casos analizados, así como los indicadores, serán presentados en los siguientes apartados.

Metodología

La metodología mixta utilizada en el marco general de los estudios realizados en los últimos 10 años se ha basado en triangular los resultados de carácter cualitativo y cuantitativo. En un primer periodo, los proyectos desarrollados se centraron en la obtención de resultados cualitativos mediante la realización y análisis de entrevistas en profundidad a informantes cualificados presentes en cada territorio (Cànoves *et al.*, 2014). En el presente trabajo nos centramos en los resultados obtenidos posteriormente, a través de la metodología cuantitativa, que se centró en establecer unos umbrales a partir de los cuales una actividad se puede considerar sostenible, a través de indicadores comunes a todas las áreas de estudio. La principal dificultad fue la diversidad de territorios, actores e intereses que confluyen en una actividad tan transversal como es el turismo. En este sentido, los indicadores son una herramienta fundamental. Simplifican el análisis de datos cuantitativos, permiten la monitorización para evaluar variables, las comparaciones temporales y territoriales, son comprensibles y facilitan la toma de decisiones permitiendo evaluar fenómenos transversales. En este caso, han sido las herramientas utilizadas para analizar el grado de resiliencia del territorio y del destino turístico, así como de la sostenibilidad del clúster formado alrededor de un producto en una determinada comarca de interior (Cànoves *et al.*, 2017).

En el caso del análisis del clúster, se seleccionaron inicialmente 38 indicadores a partir de los propuestos por el ETIS (European Tourism Indicator System) (ETIS 2013a; 2013b). Los 38 indicadores seleccionados se han distribuido en cuatro categorías (Tabla 1).

Para calcular la resiliencia del destino, se seleccionaron 100 indicadores a partir de los propuestos por Amat (2013), la OMT (2004) y el Resilience Capacity Index (RCI), bajo un enfoque mixto socio-ecológico y medioambiental adaptado al turismo, siguiendo a Luthe y Wyss (2014), agrupados igualmente en cuatro categorías.

De los cien indicadores iniciales, se seleccionaron finalmente 16: 10 del ámbito económico, 4 del ámbito sociocultural y 2 medioambientales.

Por último, para conocer el grado de resiliencia territorial de cada una de las comarcas seleccionadas, se utilizó el índice de sensibilidad territorial (β_r) propuesto por Martín (2012) y se seleccionaron cuatro, representativos de los ámbitos económico, sociocultural y medioambiental.

Análisis del clúster <i>Categorías (ETIS)</i>	Resiliencia del destino <i>Categorías (OMT, RCI y otros)</i>	Resiliencia territorial <i>Índice de sensibilidad territorial (β_r) (Martin)</i>
<i>Gestión del destino</i>	Flujos metabólicos	Ámbito económico
<i>Flujo turístico</i>	Dinámicas sociales	Ámbito sociocultural
<i>Impacto sociocultural</i>	Redes de gobernanza	Ámbito medioambiental
<i>Impacto medioambiental</i>	Medioambiente	

Tabla 1. Selección de indicadores analizados. Elaboración propia.

Table 1. Selection of analyzed indicators.

Los doce casos analizados en el último trabajo se localizan en seis Comunidades Autónomas diferentes en el Estado español (Tabla 2). Su selección se justifica por sus interesantes recursos naturales y patrimoniales, base potencial de su oferta turística, y por el diferente grado de desarrollo y de resiliencia de los territorios en los que se encuentran, frente a situaciones de crisis social y económica. Entendemos que el clúster turístico puede contribuir al desarrollo local de las comarcas seleccionadas.

Comarca	Provincia y CCAA	Producto
Sierra Sur	Jaén (Andalucía)	Turismo de las estrellas/astroturismo
Comarca del Jiloca	Teruel (Aragón)	Patrimonio bélico de la Guerra Civil
Vitigudino	Salamanca (Castilla y León)	Turismo arqueológico/arqueoturismo
Alt Penedès	Barcelona (Cataluña)	Turismo del vino/enoturismo
Anoia	Barcelona (Cataluña)	“Geocaching”
Berguedà	Barcelona (Cataluña)	Turismo industrial
Bages	Barcelona (Cataluña)	Turismo religioso
Cerdanya	Girona y Lleida (Cataluña)	“Après-esquí” y esquí nocturno
Osona	Barcelona (Cataluña)	Ecoturismo del trigo
Ripollès	Girona (Cataluña)	Turismo de deportes de aventura
Alto Vinalopó	Alicante (C. Valenciana)	Fiestas de Moros y Cristianos
Ribeira Sacra	Ourense y Lugo (Galicia)	Turismo de naturaleza

Tabla 2. Territorios y productos analizados. Elaboración propia

Table 2. Territories and products.

Resultados/Discusión

Los resultados obtenidos muestran que cada una de estas comarcas se encuentra en una etapa diferente de su ciclo adaptativo. En Cataluña, la comarca de Osona (Barcelona) es la que presenta mejor nivel de resiliencia territorial de todos los casos. Se sitúa en la fase de conservación, con un alto potencial y amplias conexiones. Alt Penedès, Anoia, Bages,

Cerdanya y Ripollès se encuentran en la misma fase, aunque con una resiliencia territorial ligeramente inferior, con alto potencial y conexiones crecientes.

Las comarcas que están experimentando un proceso de crecimiento son el Berguedà y el Alto Vinalopó. Una vez superada la fase de renovación y reorganización tras sus respectivas crisis económicas y demográficas de principios de la década, presentan una alta resiliencia, un bajo potencial y reducidas conexiones.

A su vez, la comarca de Vitigudino, la Ribeira Sacra y la Sierra Sur de Jaén son tres áreas que se encuentran en las primeras etapas del ciclo evolutivo del territorio, en un claro proceso de renovación, con una resiliencia baja, pero con un alto potencial turístico. Finalmente, la comarca de Jiloca en Jaén se encuentra en la fase de reorganización con un bajo potencial turístico.

El posicionamiento de estas comarcas según su ciclo adaptativo como destinos turísticos (Fig. 1) muestra que la Cerdaña es el destino que actualmente presenta una mayor resiliencia, con un alto potencial turístico y amplias conexiones, lo que la sitúa en la fase de conservación. A su vez, Alt Penedès, Bages, Berguedà, Ripollès y Alto Vinalopó se encuentran en la etapa final de la fase de crecimiento, con una buena resiliencia y aumentando su potencial y sus conexiones. Por su parte, las comarcas de la Ribeira Sacra y Anoia están en la fase de crecimiento, con una buena resiliencia y un potencial y unas conexiones todavía bajas, pero en fase de crecimiento. Finalmente, Osona, Sur de Jaén, Vitigudino y Jiloca aún se encuentran en la etapa final de la fase de redefinición y reorganización del destino, con una baja resiliencia y un alto potencial turístico.

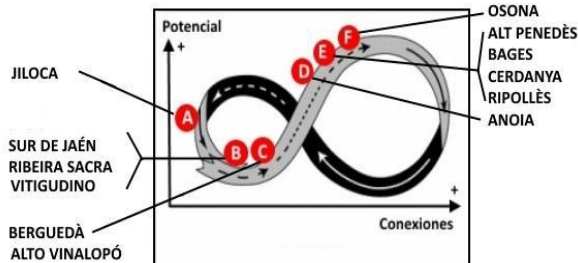


Fig. 1. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la resiliencia como destino turístico de las comarcas analizadas. Elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002).

Fig. 1. Position of the studied regions in the adaptive cycle regarding its degree of resilience as a tourism destination. Own elaboration based on Holling & Gunderson (2002).

Con relación a la sostenibilidad de los doce clústeres seleccionados, los resultados son muy dispares. Desde una perspectiva únicamente económica destaca el “après-esquí” y el esquí nocturno de la Cerdanya que, aunque presenta aún una alta estacionalidad, ha sabido diversificar entre la temporada de invierno y verano. Por otra parte, los productos del geocaching (Anoia), el patrimonio bélico (Jiloca), el ecoturismo del trigo (Osona), los deportes de aventura (Ripollès), el astroturismo (Sierra Sur de Jaén) y el arqueoturismo (Vitigudino) presentan un desarrollo incipiente, una baja sostenibilidad y una escasa consolidación turística con un déficit de alojamientos, infraestructuras y servicios. Su valor radica en los novedosos productos turísticos que presentan sus territorios. En una posición

de sostenibilidad intermedia se sitúan los productos del enoturismo (Alt Penedès), las festividades de Moros y Cristianos (Alto Vinalopó), el turismo religioso (Bages) y el turismo de naturaleza (Ribeira Sacra) que forman un clúster más denso y colaborativo en territorios identificados como destinos de interior.

Desde una perspectiva sociocultural, la base de estos productos es el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural del territorio y su sostenibilidad es alta. Desde una perspectiva medioambiental, la mayoría de los productos presentan también una alta sostenibilidad. Sólo dos productos se presentan como poco sostenibles desde esta perspectiva: el turismo religioso en el Bages y el “après-esquí” y esquí nocturno de la Cerdanya. El primero representa una masiva concentración de visitas en Montserrat, mientras que el segundo se caracteriza por una alta concentración de practicantes, un elevado consumo de agua para generar nieve artificial, de electricidad para la maquinaria y las pistas nocturnas y de territorio forestal para la realización de la actividad. Se trataría de características tradicionales de un turismo masificado con altos niveles de mercantilización territorial y de recursos, que debería incentivar la resiliencia del producto para equilibrar dichos indicadores socioterritoriales con los niveles de sostenibilidad del propio clúster.

En resumen, los resultados muestran (Fig. 2) que los clústeres que presentan una mayor sostenibilidad global son el enoturismo (Alt Penedès), el turismo de naturaleza (Ribeira Sacra) y las fiestas de Moros y Cristianos (Alto Vinalopó). En una posición menor se encuentran el turismo religioso (Bages), el arqueoturismo (Vitigudino), el turismo industrial (Bages), el astroturismo (Sierra Sur de Jaén), el ecoturismo del trigo (Osona), el turismo del patrimonio bélico (Jiloca) y el “geocaching” (Anoia). Finalmente, los clústeres con una sostenibilidad más baja son el turismo de los deportes de aventura (Ripollès), económicamente muy débil, y el “après-esquí” y el esquí nocturno de la Cerdanya, con alto impacto medioambiental y escasa relevancia sociocultural.

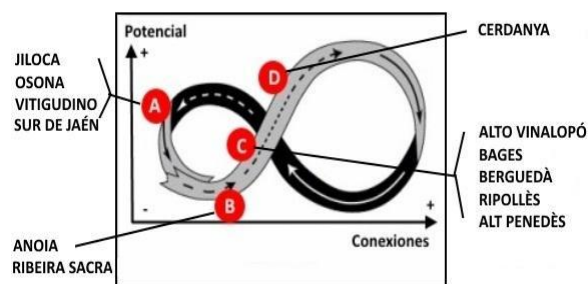


Fig. 3. Posicionamiento dentro de su ciclo adaptativo de la sostenibilidad del clúster de las comarcas analizadas. Elaboración propia a partir de Holling y Gunderson (2002).

Fig. 3. Position of the studied regions in the adaptive cycle regarding the cluster's degree of sustainability as a tourism destination. Own elaboration based on Holling & Gunderson (2002).

De este modo, la teoría del ciclo adaptativo nos ayuda a interpretar la evolución de los sistemas turísticos al sufrir una perturbación en diferentes momentos del ciclo de vida tanto del producto como del territorio donde se localiza. En momentos de crisis como el actual, las fases de crecimiento y de desarrollo toman especial relevancia para realizar transformaciones que permitan su sostenibilidad, teniendo en cuenta que las diferentes

etapas del ciclo adaptativo no son aisladas, sino que empiezan y terminan en un momento determinado, están integradas y son discontinuas en el tiempo. Por tanto, el ciclo de renovación adaptativa nos muestra, por un lado, que las fuerzas desestabilizadoras son un factor importante para mantener la diversidad, la resiliencia y la oportunidad, y por ello son necesarias para la innovación. Y por otro lado, las fuerzas estabilizadoras son también imprescindibles para mantener la productividad y el crecimiento una vez reorganizado el sistema.

Por otra parte, gracias a la teoría de desarrollo de los micro-clústeres es posible explicar cómo los resultados obtenidos se enraízan en la reinterpretación que los agentes implicados hacen de los recursos existentes en un territorio, las características únicas del destino y la participación de la comunidad. La transferencia de recursos entre diversos agentes se convierte así en un actor adicional, donde se asume el interés y la responsabilidad compartida por dichos recursos (Clough *et al.*, 2019) y el desarrollo sostenible gracias a la planificación a largo plazo por parte de los pequeños empresarios locales (Moshe y Ioannides, 2020). Su pequeña escala permite que los clústeres de turismo de interior utilicen los recursos locales de manera sostenible favoreciendo las sinergias con el resto de los agentes, recursos y territorios, creando una variedad de proyectos que responden de manera directa a las oportunidades (Davidsson *et al.*, 2017). Como afirma Moshe y Ioannides (2020:1018), “se trata de encontrar diferentes formas de usar y apreciar los recursos que ya existen y adoptar una visión diferente sobre el crecimiento”, favoreciendo el papel de los micro-clústeres turísticos en la promoción del desarrollo sostenible y la canalización de los procesos de resiliencia dentro del ciclo adaptativo.

En el actual contexto de crisis sanitaria mundial, en que se recomienda un uso restringido de los recursos turísticos y se limitan los desplazamientos, el turismo de proximidad (Jeuring y Diaz-Soria, 2017) emerge como una solución de emergencia para el sector turístico (Diaz-Soria, 2019). “Domesticar” el turismo (Blanco-Romero y Blázquez-Salom, 2020) y los modos de consumo son estrategias reivindicadas desde el activismo (Brochard y Dumont, 2019) desde hace años. La apuesta por éste ha sido finalmente resultado de la crisis repentina del sector y, ante la incertidumbre de los escenarios a corto plazo, parece que ésta seguirá siendo una opción de viaje preferente.

Productos como los que se han analizado en este trabajo (geocatching, astroturismo, turismo de naturaleza, etc.) son potencialmente interesantes para desarrollar un turismo de proximidad porque permiten experimentar un lugar desde la vivencia favoreciendo el redescubrimiento de lugares próximos y en ocasiones familiares desde una nueva mirada (Condevaux *et al.*, 2019; Diaz-Soria, 2017). Ante la necesidad de incrementar el nivel de resiliencia de territorios y destinos, de reducir desigualdades territoriales potenciando los espacios de interior y sus recursos y ante la existencia y disponibilidad de recursos atractivos para esta oferta en territorios de interior, el turismo de proximidad se presenta como una oportunidad de consolidación en estos espacios. Sin embargo, esta estrategia implica riesgos, como es el de desarrollarse sin planificación ni límites, poniendo potencialmente en peligro la sostenibilidad económica, social y medioambiental del territorio, masificando espacios hasta ahora tranquilos, precarizando empleos y banalizando lugares. En este sentido, es necesario analizar el ciclo adaptativo de diferentes destinos para evitar repetir errores y potenciar las buenas prácticas.

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos podemos constatar cómo cada destino manifiesta su distinta capacidad de resiliencia. Estas diferencias están relacionadas con sus características internas, su gobernanza, su capital social, su capacidad de gestión local, su cohesión interna y su dinámica relacional, entre otros aspectos, presentes en lo que se podría considerar como los clústeres de desarrollo.

Asimismo, los doce productos turísticos analizados también presentan distintas capacidades de diversificación ante las nuevas demandas económicas y sociales de los espacios rurales. Para su desarrollo utilizan estrategias diversas, teniendo en cuenta que se encuentran en unos territorios que son objeto de una valoración creciente basada en una multifuncionalidad y donde su propia identidad imprime al territorio valor diferencial. Así, es necesario que el desarrollo de los clústeres turísticos sea sostenible no sólo económicamente, sino también a nivel sociocultural y medioambiental. En muchas ocasiones esta sostenibilidad necesita el soporte de todos los agentes involucrados, creando clústeres cooperativos alrededor de un determinado producto y complementándose mutuamente con el objetivo de conseguir una mejor competitividad del destino. Sin embargo, no sólo el clúster debe ser sostenible, sino que se debe saber gestionar la resiliencia y la capacidad de transformación e innovación del destino.

A partir de estos resultados y los estudios en elaboración actualmente, es posible señalar que el desarrollo turístico a escala local debe atender a las potencialidades de su territorio. Los territorios de interior pueden favorecer su dinamización a partir de la valorización turística de sus recursos naturales y/o patrimoniales, sus paisajes, sus actores, sus identidades y sus relaciones, canalizándolos hacia el desarrollo de nuevos productos acordes con las motivaciones de unos turistas exigentes que demandan nuevas experiencias. En este sentido, los indicadores de sostenibilidad utilizados se han mostrado útiles para identificar los clústeres turísticos y para analizar los impactos de fenómenos globales en ámbitos locales. El turismo, en sinergia con otras actividades, se puede convertir en una herramienta para la creación de empleo, frenar la despoblación y dinamizar la economía local en estos territorios, contribuyendo a su resiliencia territorial y como destino. Para ello es necesario vincular el desarrollo del producto turístico de manera directa a los recursos naturales y patrimoniales, la capacidad de la sociedad local, su cultural e identidad, las infraestructuras, la accesibilidad, la seguridad del destino y la gobernanza local.

Agradecimientos

Este artículo se basa en dos proyectos de I+D+I, financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y FEDER: “Territorios interiores, identidad y turismo: Procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparativo de los casos de Catalunya, Galicia y Murcia” (CSO2009-11793) y “Turismo de interior en España: Retos, valorización y estrategias ante situaciones cambiantes y de crisis para impulsar productos y destinos turísticos. Dinámicas de casos” (CSO2016-74861-R).

Bibliografía

- Belussi, F. y Sedita, S. 2009. Life cycle vs. multiple path dependency in industrial districts. *European Planning Studies*, 17: 505-528.
- Blanco-Romero, A. y Blázquez-Salom, M. 2020. Domesticar el turismo. La proximidad en la desescalada. *Alba Sud*. <http://www.albasud.org/noticia/1216/domesticar-el-turismo-la-proximidad-en-la-desescalada>
- Boschma, R. y Fornahl, D. 2011. Clúster evolution and a roadmap for future research. *Regional Studies*, 45: 1295-1298.
- Brochard, A. y Dumont, L. 2019. Nous avons besoin de vivre toute l'année. Entretien croisé sur les luttes contre la touristification. *Jef Klak* <https://www.jefklak.org/nous-avons-besoin-de-vivre-toute-lannee/>
- Cànoves, G.; Villarino, M.; Blanco, A., De Uña, E. y Espejo, C. 2014. *Turismo de interior: renovarse o morir*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Cànoves, G., Blanco-Romero, A., Prat, J.M. y Villarino, M. (eds.) 2017. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales*. Valencia, PUV.
- Chien-yu, T. y Chin-cheng, N. 2016. Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community. *Tourism Geographies*, 18:1, 80-105, DOI: 10.1080/14616688.2015.1116600
- Clough, D. R., Fang, T. P., Vissa, B., y Wu, A. 2019. Turning lead into gold: How do entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? *Academy of Management Annals*, 13(1), 240–271. doi:10.5465/annals.2016.0132
- Condevaux, A., Gravari-Barbas, M. y Guinand, S. 2019. *Lieux ordinaires, avant et après le tourisme*. Éditions du Puca, Paris.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D. y Wanhill, S. 2008. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pearson.
- Crespo, J. 2011. How emergence conditions of technological clústeres affect their viability? Theoretical perspectives on clúster life cycles. *European Planning Studies*, 19: 2025-2046.
- Cruz, S. y Teixeira, A. 2010. The evolution of the clúster literature: shedding light on the regional studies. *Regional science debate. Regional Studies*, 44(9): 1263-1288.
- Davidsson, P., Baker, T., y Senyard, J. M. 2017. A measure of entrepreneurial bricolage behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 114–135.
- Díaz-Soria, I. 2017. Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination, *Tourism Geographies*, 19:1, 96-117, DOI: 10.1080/14616688.2016.1214976
- Díaz-Soria, I., 2019. Transformer les lieux ordinaires en lieux touristiques, une étape vers la transition écologique? Le cas des visites guidées à Barcelone (Espagne). En: Carrère, G., Dumat, C. y Zélem, M.C. (dir.), *Dans la fabrique des transitions écologiques*. L'Harmattan, Paris, 177-201.
- Díez, D. 2013. La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*, 1 (1): 69-92.
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K., y KÉoseoglu, M. A. 2019. The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1–12.
- Gallego, I.; Alarcón, P. y Tineo, A.B. 2013. Sistema de indicadores para la gestión de un destino turístico. *Estudios Turísticos*, 196: 9-31.
- García Hernández, M. 2014. Nuevos lugares y nuevos productos turísticos, en: López Palomeque, F. y Cànoves, G. (eds.). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 333-359.
- Gómez-Pellón, E. 2018. *Rural worlds, social sustainability and local landscapes in the globalisation era. Case studies in Southern Europe*. Cizur Menor, Editorial Aranzadi, 315 p.
- Hall, C.M. 2000. *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice Hall.
- Hassan, S.S. 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38: 239-245.

- Hervás-Oliver, J.L. 2014. Clúster evolution: a capabilities based framework. Comunicación presentada en la *Geography of Innovation Conference*. Utrecht (Holanda), 24 de enero.
- Holling, C.S. y Gunderson, L.H. 2002. Resilience and adaptive cycles, en Gunderson, L. y Holling, C.S. (eds.). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems*, pp. 25-62. Washington, DC: Island Press.
- Horrach, B. 2014. Destinos turísticos, entre la renovación y la reinención. Repensar los destinos turísticos maduros. El caso del litoral de Mallorca. In: López Palomeque, F. y Cànoves, G. (eds.). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia: Tirant Humanidades, 189-200.
- Ivars, J.A. 2001. *La planificación turística en los espacios regionales en España*. Tesis Doctoral. Alicante: Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante.
- Jeurig, J y Diaz-Soria, I. 2017. Introduction: proximity and intraregional aspects of tourism. *Tourism Geographies*, 19:1, 4-8, DOI: 10.1080/14616688.2016.1233290
- Korsgaard, S., Mueller, S. y Welter, F. 2018. It's right nearby: how entrepreneurs use spatial bricolage to overcome resource constraints. *Academy of Management Proceedings*, 2018(1), 14361. doi:10.5465/AMBPP.2018.14361abstract
- Leiper, N. 1979. The framework of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6 (4): 390-407.
- Lorenzen, M. 2005. Why clústeres do change? *European Urban and Regional Studies*, 12: 203-208.
- Luthe, T. y Wyss, R. 2014. Assessing and planning resilience in tourism. *Tourism Management*, 44: 161-163.
- Menzel, M.P. y Fornahl, D. 2010. Clúster life cycles: dimensions and rationales of clúster development. *Industrial and Corporate Change*, 19: 205-238.
- Moshe Yachin, J y Ioannides, D. 2020. "Making do" in rural tourism: the resourcing behaviour of tourism micro-firms. *Journal of Sustainable Tourism*, 28:7, 1003-1021.
- Muñoz, A.I. 2012. Análisis relacional de sistemas turísticos. Un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística. *Tourism & Management Studies*, 8: 55-64.
- Murphy, P. 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21 (1): 43-52.
- Parra, E. y Santana, A. 2011. Innovación en modelos organizativos: Un análisis a través de los Clúster de Turismo Españoles. *Papeles de Economía*, 128:254 - 265.
- Pearce, D.G. 2012. *Frameworks for Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Pedreño, A. y Ramón, A. 2009. El turismo: globalización, competitividad y sostenibilidad, en Velarde, J. (ed.). *El futuro de la economía española*. Colección Mediterráneo, nº 16. Alicante: Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante y Fundación Cajamar.
- Power, S., Di Domenico, M., y Miller, G. 2017. The nature of ethical entrepreneurship in tourism. *Annals of Tourism Research*, 65, 36-48. doi:10.1016/j.annals.2017.05.001
- Sáez, A. 2009. Los micro-clústeres turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico* 12, nº 24, pp. 57-68.
- Sancho, A. y Gutiérrez, C. 2010. Crisis del sector turístico? Una actitud resiliente hacia la sostenibilidad. Comunicación presentada en el *4º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo (Uruguay), 22-24 de septiembre.
- Van Klink, A. y De Langen, P. 2001. Cycles in industrial clústeres: the case of the shipbuilding industry in the Northern Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92: 449-463.
- Vélez, L. 2010. *Una apuesta metodológica para valorar la resiliencia turística en tiempos de crisis*. Proyecto Fin de Máster. Facultat d'Economia. Universitat de València.
- Weidenfeld, A., Butler, R. y Williams, A.M. 2011. The role of clústering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*, 14(:7): 595-629.
- Yachin, J. M. 2019. The entrepreneur-opportunity nexus: Discovering the forces that promote product innovations in rural micro-tourism firms. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 47-65. doi:10.1080/15022250.2017.1383936