

## ANÁLISIS Y METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DEL SECTOR TURÍSTICO DE UNA COMARCA: EL CASO DEL BAJO SEGURA (ALICANTE).

Antonio Aledo Tur\*

Tomás Mazón Martínez\*\*

**Resumen:** Este artículo resume y presenta la investigación *Análisis del Sector Turístico del Bajo Segura (Alicante)* financiada por la Secretaría General de Turismo y la Diputación de Alicante. Este artículo tiene dos objetivos principales: primero, mostrar la metodología empleada en el estudio y segundo, resumir las principales conclusiones y propuestas a las que se llegó en la investigación.

En primer lugar, se realizó una identificación, valoración y diagnosis de todos los recursos turísticos de la comarca, con el objetivo de realizar un análisis de la oferta complementaria. Esta fue contrastada con el resto de elementos del sistema turístico de la comarca (demanda, medio ambiente, transporte, alojamiento, etc.) que sirvió para definir el modelo turístico. Finalmente, se diseñó una estrategia de desarrollo turístico sostenible para esta región.

**Abstract:** This article is based on a major research *Análisis del Sector Turístico del Bajo Segura (Alicante)* financially supported by Secretaría General de Turismo and Diputación de Alicante. It has two goals: first, to present the methodology employed in that research; second, to summarize the conclusions and proposals which the research team reached.

This investigation has undertaken an identification, valuation and diagnosis of all tourist attraction in the Bajo Segura region. The objective was to analyze the offer structure and to compare with the other elements of the tourist sector (demand, environment, accommodation, transport, etc.) This process has allowed to define a DAFO of the tourist sector of this region. Finally, a sustainable development strategy was defined.

### I. INTRODUCCION

El Patronato de Turismo de la Diputación de Alicante encargó a un equipo de profesores del Departamento de Sociología I de la Universidad de Alicante la realización de un estudio sobre la oferta complementaria (1) de la comarca del Bajo Segura. El grupo investigador concibió de que era imposible establecer un diagnóstico exacto de la situación y nivel de la oferta complementaria de esta comarca sin, paralelamente, estudiar el conjunto del sec-

tor turístico para comprobar, de esta manera, si la oferta complementaria se adecuaba a las necesidades del sector y a las demandas de la clientela.

Resultado de dicha investigación fue un informe, de más de 2.000 páginas, en el que se inventaría, valora y analiza la totalidad de los recursos turísticos de la comarca, tanto en lo que hace referencia al ámbito sectorial como al territorial. Basándose en estos datos se estableció toda una serie de propuestas encaminadas a

\* Profesor asociado de la Universidad de Alicante donde imparte cursos de Sociología Medioambiental y de Proyectos de Desarrollo Turístico en la Diplomatura de Turismo. También imparte clases de Antropología del Turismo en la Universidad Católica de Murcia

\*\* Profesor titular de Sociología Urbana y Sociología del Turismo del programa de la Licenciatura y Doctorado en Sociología de la Universidad de Alicante y profesor de la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat Valenciana.

Ambos son autores de una docena de trabajos de investigación todas ellas relacionadas con el turismo y el urbanismo, y publicaron en 1997 *Análisis del Turismo en el Bajo Segura*. Alicante, Diputación de Alicante.

diseñar un desarrollo turístico más equilibrado, capaz de armonizar la oferta predominante de sol y playa y viviendas turísticas, con las posibilidades y potencialidades que ofrecen los municipios de interior y las nuevas formas de turismo emergente (turismo rural, turismo cultural, ecoturismo, etc.).

Este artículo tiene dos objetivos principales, primero, reseñar la metodología (2) empleada por el equipo de investigación en este proyecto y, segundo, apuntar las propuestas y reflexiones a las que se llegó con la intención de diseñar estrategias de desarrollo turístico sostenible para esta comarca. El estudio se caracteriza por la exhaustiva recolección de datos y por el carácter participativo del proyecto, al incluir las opiniones y propuestas de los agentes sociales y económicos implicados en la industria turística.

Este artículo se estructura de la siguiente manera: primero, se definen los objetivos y contenidos básicos de la investigación; segundo, se describe las características ambientales más significativas de la zona de estudio; tercero, se especifica el modelo turístico de la comarca del Bajo Segura; cuarto, se muestra la metodología empleada en la fase de recogida de datos y de participación; quinto, se establece una reflexión sobre el futuro del sector turístico de la comarca del Bajo Segura (futuro que aparece incierto dados los peligros que ocasiona el actual modelo basado, de forma casi exclusiva, en el monopolio exclusivo del turismo inmobiliario) y por último, se apuntan algunas de las propuestas realizadas, una vez analizados los datos

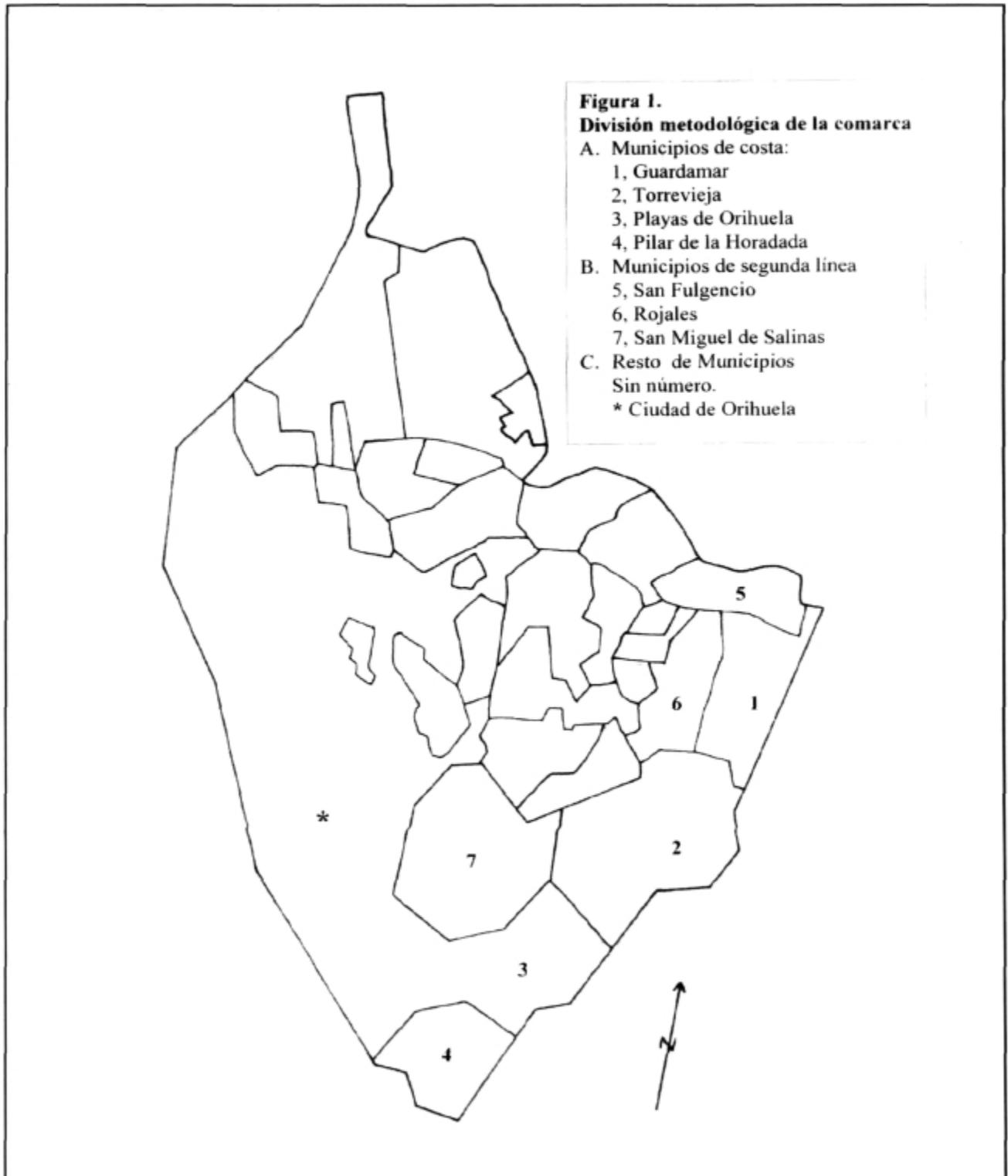
obtenidos y con la contrastación de la opinión de los agentes sociales implicados.

## II. OBJETIVOS

Este estudio ha desarrollado una identificación, valoración, catalogación y diagnóstico de todos los recursos turísticos de la comarca del Bajo Segura, con el objetivo de presentar un análisis de la oferta complementaria. Este minucioso inventario se ha cotejado con el resto de elementos del sistema turístico comarcal, tales como la demanda, la estructura de alojamiento, la red viaria, el medio físico, etc. que terminan por definir el modelo turístico implantado en la comarca. Finalmente, se ha diseñado una estrategia de desarrollo turístico sostenible, mediante la complementariedad de la oferta de costa con los potenciales recursos turísticos del interior.

## III. EL MEDIO FÍSICO

La comarca del Bajo Segura, o Vega Baja, es la más meridional de la Comunidad Valenciana, tiene una superficie de 953 km. cuadrados, con un total de 27 municipios. La línea de costa muestra una alternancia de largas playas bajas y arenosas, separadas por pequeños promontorios y acantilados. El río Segura es el eje vertebrador de la comarca y provoca una aguda dicotomía entre las tierras de secano y las de regadío. Para el estudio del sector turístico de la comarca se procedió a la zonificación del territorio en tres divisiones que agrupan a los municipios según el grado de desarrollo turístico en el que se encuentran (Fig.1).



- a) *Municipios de la franja litoral* (Guardamar, Torrevieja, la franja costera de Orihuela y Pilar de la Horadada) caracterizados por la enorme proliferación de las urbanizaciones turístico-residenciales, más del 90 por ciento de la fachada marítima está urbanizada, y por una escasa oferta hotelera. Esta oferta turístico-residencial es de calidad media-baja, aunque recientemente ha surgido un producto de mayor calidad asociado a la oferta de campos de golf y clubes náuticos.
- b) *Municipios de segunda línea* (San Fulgencio, Rojales y San Miguel de Salinas). Además de sufrir los mismos problemas que el grupo anterior (monopolio del turismo inmobiliario, crecimiento rápido y una casi total ausencia de planificación urbana y turística) su relativa lejanía de la costa y la casi total ausencia de una mínima oferta complementaria, reducen su mercado a la promoción y venta de apartamentos, chalets y adosados, generalmente de escasa calidad.
- c) *Zona de interior* que incluye al resto de municipios de la comarca y que no cuentan con un desarrollo turístico significativo; en este espacio, cabe destacar las potencialidades turísticas que ofrece el casco urbano de Orihuela por su riqueza monumental; y hay que señalar el peligro que supondría el que se extienda el modelo turístico inmobiliario desarrollado en los municipios denominados de "segunda línea", por revertir negativamente en uno de los espacios agríco-

las más importante de la provincia, al dar paso a la especulación inmobiliaria que a la larga supondría una carga para la actividad económica y el empleo.

#### IV. EL MODELO TURÍSTICO DE LA COMARCA DEL BAJO SEGURA.

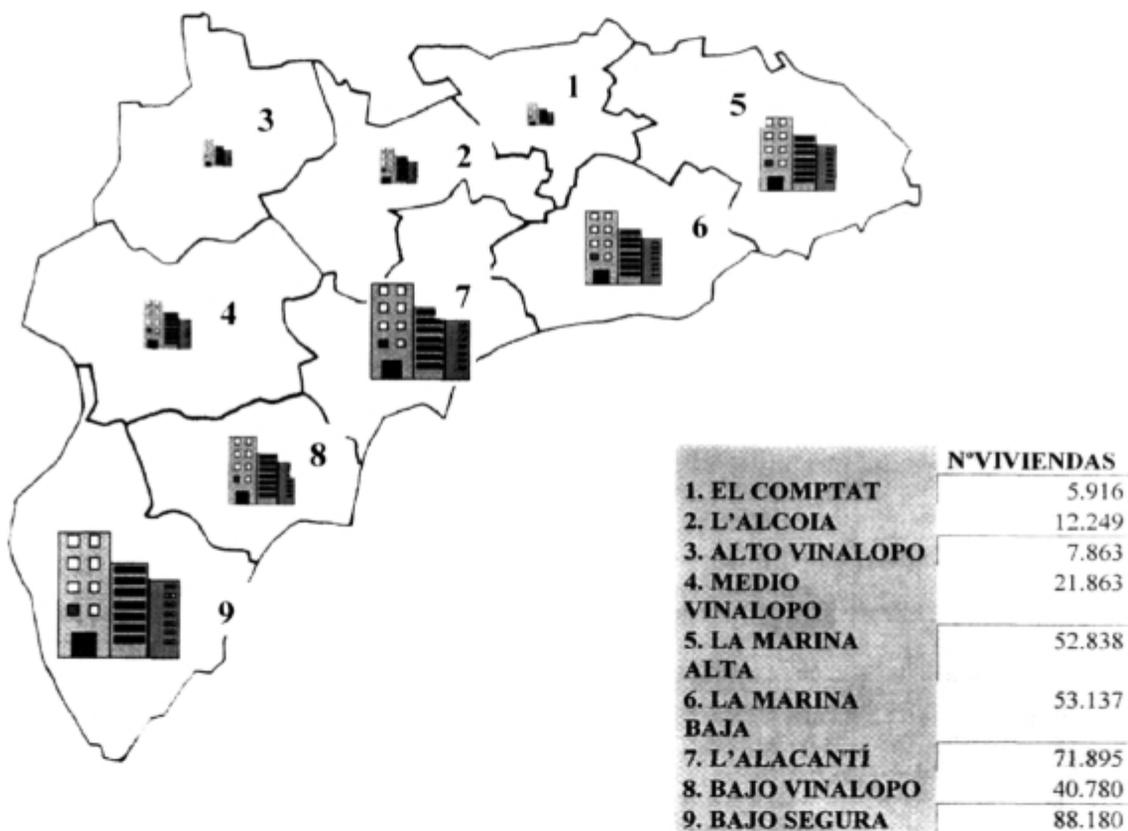
El sector turístico de esta comarca presenta un modelo definido por: 1) una hegemónica amplia oferta turístico-inmobiliaria de segunda residencia (3) (Fig. 2) (Vera Rebollo, 1991, pág 656), 2) una exigua planta hotelera (4) (Fig.3), 3) un escaso desarrollo de la oferta complementaria (5), 4) un acusado proceso de deterioro ambiental (Canales, 1995) y 5) el heterogéneo potencial de los productos turísticos de la comarca.

#### V. METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló a lo largo de las siguientes fases: 1) inventariado de los recursos existentes; 2) sistematización de la información; 3) realización de un diagnóstico y análisis de la situación del sector turístico de la comarca; 4) proceso de participación con los principales agentes socioeconómicos para la selección de objetivos y actuaciones prioritarias y 5) formalización de propuestas y actuaciones.

El *inventariado y sistematización* de los activos turísticos reales o potenciales de una zona es, en un proceso de planificación, una tarea previa a la fase de diagnóstico. Consistió en la elaboración de un listado de

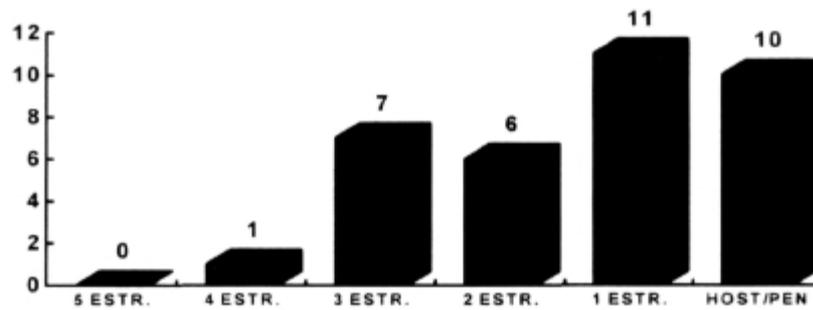
**Figura 2**  
**VIVIENDAS SECUNDARIAS Y TEMPORALES DE LA PROVINCIA**  
**DE ALICANTE POR COMARCAS**



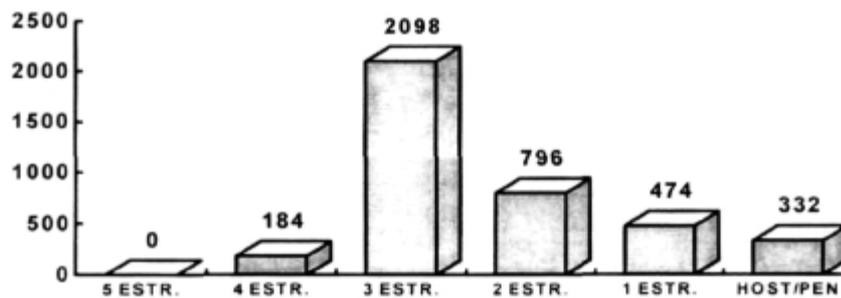
**Figura 3. NÚMERO DE HOTELES Y PLAZAS DE LA COMARCA.** Compárese el escaso número de plazas hoteleras con la gran cantidad de vivienda turística.

| <b>COMARCA BAJO SEGURA</b> |                       |                        |                  |
|----------------------------|-----------------------|------------------------|------------------|
|                            | <b>Nº HOT/HOS/PEN</b> | <b>Nº HABITACIONES</b> | <b>Nº PLAZAS</b> |
| 5 ESTRELLAS                | 0                     | 0                      | 0                |
| 4 ESTRELLAS                | 1                     | 49                     | 184              |
| 3 ESTRELLAS                | 7                     | 1070                   | 2098             |
| 2 ESTRELLAS                | 6                     | 373                    | 796              |
| 1 ESTRELLA                 | 11                    | 282                    | 474              |
| HOSTALES/PENSIONES         | 10                    | 201                    | 332              |
| <b>TOTAL COMARCA</b>       | <b>34</b>             | <b>1926</b>            | <b>3700</b>      |

**NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS**



**Nº DE PLAZAS**



todos los recursos y lugares con potencialidad o posibilidad de explotación turística (Leno Cerro, 1991). Dado que no existe una metodología aceptada de forma global se optó por desarrollar un método adaptado a las características especiales de la zona y a las necesidades del estudio (6). Con este fin se diseñó una amplia *base de datos*, en la que se introdujeron todos los recursos turísticos de la comarca (7), su descripción y catalogación así como una valoración de cada recurso, en cuanto al estado de conservación y posibilidad de explotación turística. De esta forma se han incluido como componentes de la oferta complementaria los recursos ambientales; el patrimonio histórico-artístico y etnológico, que incluye la gastronomía y la artesanía vernácula; las instalaciones y actividades culturales (museos, festivales); las instalaciones y actividades deportivas (con especial atención a los deportes náuticos y al golf); los sectores comerciales y de restauración y, por último, las infraestructuras (red viaria intra e interurbana) y servicios (seguridad ciudadana, servicios sanitarios y asistenciales, correos, etc.) que también son utilizados por los turistas visitantes.

Se realizó una ficha de cada recurso en la que se incluía su descripción, clasificación, datación, localización y otros datos de interés. A su vez, se llevó a cabo una valoración (8) del mismo con las siguientes variables:

1. Grado de complementariedad
2. Nivel Accesibilidad del Recurso
3. Grado de Explotación Actual
4. Posibilidad de explotación Turística
5. Estado de conservación.

Este inventario y valoración, llevado a cabo a través de un vasto trabajo de campo, permite conocer con un alto grado de fiabilidad el nivel de la oferta complementaria y cotejarlo con otros elementos básicos del sector. De esta forma, con el inventario de recursos turísticos se ha podido detectar las deficiencias y las posibilidades de expansión y desarrollo de este sector.

Esta catalogación ofrece los datos necesarios para llevar a cabo el *análisis DAFO* (Veal, 1994:66) de los *puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades, amenazas y claves para el éxito*, sobre los que se ha construido la fase de *diagnóstico*. El estudio se ha elaborado sobre una doble escala, la escala municipal, que comprende los veintisiete municipios que componen la comarca, y la escala sectorial, analizando cada uno de los componentes del sistema turístico comarcal. Para el *análisis territorial*, se ha tenido en cuenta que la utilización de la división municipal es una medida puramente metodológica. Para facilitar el análisis del ingente volumen de información recogida, se estableció la ya mencionada agrupación territorial en tres grandes zonas que incluyen municipios y modelos de explotación turística homogéneos. Para el *análisis sectorial* se ha analizado la situación y estado de los siguientes subsectores del sector turístico comarcal: medio ambiente, carreteras y comunicaciones, patrimonio histórico-arquitectónico y artístico, oferta cultural, entorno urbano, servicios, oferta hotelera, oferta extrahotelera o parque turístico inmobiliario, restauración, comercio, mercadillos, actividades lúdicas y de ocio, campos de golf, puertos deportivos, y el sector laboral.

*El proceso de participación* se fundamentó en la inclusión de los más destacables agentes sociales implicados en el sector y éste fue un paso obligado para un adecuado diseño y consensuación de las posibles propuestas que se plantearan (Murphy, 1985; Veal, 1994, pp 64-66). Se realizaron numerosas reuniones en grupo y entrevistas, al tiempo que se enviaron formularios, de tal manera, que se dio la oportunidad de participar e incluir sus opiniones a todos los sectores implicados de una u otra manera, en la actividad turística de la comarca. Asimismo se contactó con los partidos políticos, tanto en el poder como en la oposición, con los agentes económicos, con los sindicatos mayoritarios, con grupos ecologistas y con profesionales y expertos conocedores del turismo de la comarca (9).

También se ha incluido, la opinión de la demanda, es decir, de los turistas. Para ello se realizó una encuesta en las playas que ha permitido comparar las demandas de los turistas con el actual desarrollo de la oferta del sector (10).

El inventariado y análisis ofrecen todos aquellos datos objetivos y argumentos necesarios para llevar a cabo, con ciertas dosis de garantías, la última *fase de conclusiones y propuestas para el desarrollo turístico* de la comarca. Esta fase se dividió a su vez en dos partes: una, en la que el equipo redactor perfiló unas primeras conclusiones que posteriormente fueron redefinidas, mediante consultas a expertos en la materia turística; esta segunda revisión sirvió para redefinir y ajustar las propuestas y alcanzar un alto grado de consenso entre los distintos agentes sociales consultados.

## VI. CONCLUSIÓN

A modo de conclusión general, se puede afirmar que *el mayor peligro que a medio-largo plazo, puede tener el sector turístico de la comarca es el de continuar con el monocultivo de promociones turístico-inmobiliarias, generalmente de baja calidad, sin una adecuada oferta complementaria anexa*, lo que reduciría el circuito económico del producto turístico, de forma casi exclusiva, al proceso inmobiliario. A su vez, este modelo turístico reforzaría un comportamiento del visitante pasivo, con poco gasto turístico, tal y como quedó reflejado en los datos aportados por la encuesta, y generador de muy pocos puestos de trabajo en la industria turística. Todo ello, hace necesario la progresiva transformación del sector —que, en la actualidad, podríamos calificar como secundario por el predominio del sector de la construcción— hacia un modelo más terciarizado, es decir, hacia un verdadero modelo turístico de servicios.

A nuestro la comarca del Bajo Segura posee las necesarias condiciones para construir un escenario de futuro muy esperanzador dentro de la industria turística, como son:

1. unas excelentes condiciones ambientales que permiten la realización de actividades turísticas durante todo el año;
2. una demanda fija y fiel;
3. unas enormes potencialidades para el desarrollo de una oferta complementaria de calidad;
4. un alto grado de concienciación entre las autoridades locales y el sector em-

presarial para la reforma y mejora del producto global.

Este escenario positivo se debe asentar en tres principios:

- El salto cualitativo del producto turístico global ofertado por la comarca
- La diversificación del producto
- Una política turística de carácter comarcal que diseñe estrategias de desarrollo que complementen la oferta de litoral con las oportunidades del interior

Por lo que respecta al *salto cualitativo del producto turístico*, la oferta complementaria del Bajo Segura parece adaptarse a las necesidades de una demanda de nivel adquisitivo medio-bajo. En la zona litoral viene definida por la estacionalidad del turismo que se concentra en los meses de julio y agosto mientras que en la zona prelitoral la oferta complementaria acusa agudas deficiencias. Sin embargo, aparecen elementos que permiten establecer las bases para *el necesario salto cualitativo de la oferta*, paso preciso para buscar sectores de demanda nuevos y atractivos (11). Estas bases las constituyen los siguientes elementos: la conservación de los espacios naturales de alto valor, los sectores de oferta complementaria de alta calidad (campos de golf y puertos deportivos), un interior con un enorme potencial para las nuevas demandas turísticas emergentes (turismo cultural, ecoturismo, turismo rural) y, por último, una gran demanda estable o "cautiva" en su gran mayoría (Mazón y Aledo, 1994).

En este sentido se debiera hacer especial énfasis en:

1. recuperar, rehabilitar y proteger la franja litoral
2. la planificación y búsqueda de calidad en las nuevas promociones turístico-inmobiliarias
3. una mayor profesionalización del sector de restauración y hotelero
4. la potenciación de las actividades asociadas al deporte náutico y de golf
5. el desarrollo y potenciación de la gastronomía autóctona
6. la recuperación del patrimonio histórico-artístico y ambiental

Por su parte, *la diversificación del producto*, si bien se basa en la primacía e importancia del turismo-inmobiliario como motor junto con la oferta de sol y playa del sector turístico comarcal, añade la potenciación de la oferta complementaria y el desarrollo de la oferta de interior, a fin de disminuir los riesgos que comporta el monocultivo del turismo inmobiliario actual (12).

En último lugar, se hace imprescindible *diseñar y planificar estrategias a nivel comarcal* que basándose en la oferta principal de los municipios de costa, extienda los beneficios del turismo por el interior de la comarca. Si bien hay que matizar que el turismo debe ser entendido como una actividad complementaria y diversificadora de las economías de los municipios de interior; aunque, en determinados casos, puede servir de elemento revitalizador de los cascos urbanos, como pudiera ocurrir con la ciudad de Orihuela.

## VII. PROPUESTAS

En este sentido y como parte de las *propuestas de estrategias de desarrollo turístico*, se diseñaron una serie de *Corredores Turísticos* capaces de conectar la oferta de costa con la oferta de interior (13). Estos "corredores" tendrían como objetivo la unión del turismo de playa con la oferta turística de interior para, de esta forma, tratar de conseguir un efecto sinérgico por el apoyo y complementación de ambos productos, mediante la maximización de las diversas ofertas existentes o la construcción ex novo de hitos turísticos. Los "*Corredores Turísticos*" partirían desde el litoral para penetrar en el interior de la provincia, sirviendo de eslabones de unión con los productos turísticos en el interior. El producto final a conseguir sería la complementación y estructuración de la oferta global de la provincia, a fin de consolidar a un amplio y diferenciado segmento del mercado al diseñar una oferta variada y de calidad, basada en formas de turismo emergente como el turismo cultural, el ecoturismo, el turismo deportivo o de aventura, el turismo familiar, el turismo de fin de semana, etc.

Los mecanismos para articular esta propuesta serían:

- 1) la potenciación de los recursos existentes, aprovechando las iniciativas turísticas en desarrollo (tanto en el litoral como en el interior), mediante las conexiones adecuadas, estableciendo un circuito sinérgico basado en la promoción conjunta de las diferentes ofertas a fin de conseguir un producto final amplio y bien diseñado;
- 2) la planificación de las infraestructuras y servicios adecuados y necesarios para completar el producto: diseño de rutas, servicios de apoyo turístico, puntos de información, y, fundamental, el desarrollo de una oferta complementaria de calidad.

Resumiendo, los "Corredores Turísticos" conectarían la oferta de costa y de interior a través un escalonamiento de hitos y proyectos de desarrollo turístico, con el objetivo de promover una planificación integral y coordinada de la oferta turística global de la comarca, mediante la creación de polos de conexión con las áreas del interior en puntos estratégicos. De esta manera, el producto de litoral se vería favorecido por una mayor y más rica oferta complementaria, mientras que los municipios de interior con vocación turística accederían a un enorme mercado que atrae a millones de turistas anualmente.

Actualmente, el sector turístico de la comarca se halla en un punto crucial para su futuro, las decisiones que se tomen en estos momentos conducirán al sector bien hacia escenarios económica, social y ambientalmente sostenibles, o bien hacia un progresivo estancamiento de la economía turística comarcal. El papel de las corporaciones locales es fundamental (Gunn, 1994) por su competencia para planificar a través de los planes urbanísticos y presupuestarios, por su responsabilidad de ilusionar a los ciudadanos con proyectos atractivos y por su capacidad de multiplicar su influencia, uniéndose con el resto de municipios de la comarca, para así crear un grupo de presión que vendría avalado por el importante contingente de turistas que anualmente visitan la comarca.

## NOTAS

- 1 Se ha utilizado una definición amplia de oferta complementaria que incluye todos los recursos turísticos existentes y potenciales que no se integren directamente dentro de los procesos de venta-promoción, transporte y alojamiento turístico.
- 2 El equipo de investigación tuvo siempre presente que la aproximación al estudio del turismo debía realizarse desde la *plataforma del conocimiento* (Jafari, 1992; Smith, 1995, Santana, 1997) que pretende una aproximación científica al fenómeno turístico, con la consecución de unos datos fiables y contrastables, con un enfoque verdaderamente interdisciplinar que enriqueciese las posteriores conclusiones a las que se llegó.
- 3 De acuerdo con el censo de 1991 se ha estimado en 88.180 el número de viviendas turístico-residenciales en los municipios de primera y segunda línea. El municipio de Torrevieja aglutina el 50 % del total comarcal con 44.044 unidades.
- 4 Frente al importante sector turístico inmobiliario, el parque hotelero consta de 3.884 plazas, todas ellas de categoría media y baja, de las que 1.000 se concentran en un hotel de Guardamar.
- 5 La oferta complementaria muestra un desarrollo de calidad media-baja. Por ejemplo el número de restaurantes era en 1996 de 507 de los que tan solo uno era de cuatro tenedores, otros cuatro eran de tres tenedores, 199 de dos y los 303 restantes de un tenedor.
- 6 Sin un inventariado exhaustivo del total de recursos pudiéramos haber caído en un análisis que estaría viciado de antemano, porque podría haber quedado reducido a la oferta de sol y playa sin tener en cuenta la heterogeneidad de la comarca. Por lo que respecta a la primera fase, se pretendía responder al primer interrogante ¿cuáles son los recursos turísticos con los que cuenta la comarca?; recursos que podían estar tanto en explotación o bien recursos potenciales.
- 7 Los recursos inventariados se han agrupado en los siguientes variables: playas y calas, espacios naturales, recursos histórico-monumentales, folklore, museos, sector hotelero, campings, mercadillos, parques acuáticos, discotecas, puertos deportivos, festivales, eventos deportivos y culturales, urbanizaciones y campos de golf.
- 8 En estos momentos se están tratando estos datos aplicando un análisis factorial siguiendo las propuestas de Smith (1987) y Gatner (1996) para identificar las zonas con mayor potencial turístico, a la vez que sirve para delimitar espacialmente los diferentes modelos de desarrollo turístico que existen en la comarca.
- 9 Este equipo partía de la idea que la visión interna que los agentes sociales poseen del sector, completa la visión externa del investigador. De la misma manera que la contratación de diferentes opiniones permiten obtener una visión calidoscópica o multifocal del objeto de estudio, lo que ha enriquecido enormemente este estudio. La participación de los sectores implicados no sólo aumenta el nivel de información, sino que establece unos canales iniciales para el posterior consenso de las estrategias de desarrollo turístico que se pretenden implementar en la comarca.
- 10 Para completar esta encuesta y a fin de maximizar los recursos disponibles, se han utilizado otras encuestas realizadas anteriormente en la comarca (Plan MUNRES, 1995 y la encuesta incluida en las Bases para el Plan Director de los Espacios Turísticos, 1996) y que han permitido establecer una tipología de los visitantes, así como de sus usos, demandas, quejas y grado de satisfacción.
- 11 Se plantea, pues la cualificación del modelo, y asumimos la necesaria aplicación de la Ley de Says "*supply creates demand*" (en Gatner, 1996, pág 248).
- 12 En este sentido la evolución demográfica de los países de la UE, en donde continuará el aumento de la población mayor de 65 años, junto con la enorme cantidad de turistas que llegan a la comarca cada verano constituyen una demanda potencial desaprovechada.
- 13 Ver Gatner, 1996 y Gunn, 1982, 1988 sobre las estrategias y mecanismos a seguir en la implementación de este proyecto.

## BIBLIOGRAFIA

- BASES PARA EL PLAN DIRECTOR DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS, Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos, 1996.
- CANALES MARTINEZ, G. (1995). El Bajo Segura: estructura espacial, demográfica y económica. Alicante, Universidad de Alicante: Fundación Cultural CAM.
- GARTNER, Willian (1996). *Tourism development: principles, processes and policies*. Nueva York, Van Nostrand Reinhold.
- GUNN, C. (1982). "Destination zone fallacies and half truths", en *Tourism Management* 3(4), pp. 263-269.
- GUNN, C. (1994) *Tourism Planning* (3ª edición). Nueva York, Taylor and Francis.
- JAFARI, J. (1992). "The scientification of tourism", en *Scientific Tourism*, El-Wahab S A and El Roby N (eds.). El Cairo, Egyptian Society of Scientific Expert on Tourism.
- MAZON, T. y ALEDO, A. (1994) *Estudio del sector turístico del municipio de Alicante*. Alicante, Dept. Ciencias Sociales, Universidad de Alicante.
- MURPHY, P. (1985). *Tourism: a community approach*. Nueva York, Methuen.
- PLAN MUNRES (*Programa de Revitalización de Municipios con Turismo Residencial* (1995). F. Vera Rebollo y J. Ferrer Marsal (dirs.). Alicante, Diputación de Alicante.
- SANTANA, Agustín (1997). *Antropología y Turismo*. Madrid, Ariel.
- SMITH, L. J. Stepehn (1995) *Tourism Analysis: a handbook* (2ª edición). Essex, Longman.
- SMITH, S (1987) "Regional analysis of tourism resources" en *Annals of Tourism Research* 14 (2), pp. 254-273.
- VEAL. A.J. (1994). *Leisure, policy and planning*. Harlow, Longman.
- VERA REBOLLO, F. (1991) "El espacio turístico", en Atlas Temático de la Comunidad Valenciana. Alicante, Editorial Prensa Alicantina.