

PRIESTLEY, G. K. y LLURDÉS, J. C. (Dir.), VANCELLS, A. (Coord.) (2007): *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona y Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera, 202 pp.

La Escuela Universitaria de Turismo y Dirección Hotelera de la Universidad Autónoma de Barcelona celebra el décimo aniversario de la implantación de los estudios de Turismo en esta Universidad con la publicación de un libro en el que han colaborado un amplio grupo de profesores. Sus aportaciones científicas, de carácter multidisciplinar y aplicado como corresponde al sector, han configurado una completa obra que pretende contribuir al conocimiento y formación, no sólo de estudiantes sino también de profesionales como gestores de municipios, consultores, organismos y entes de información, promoción y comercialización de la actividad turística.

Los autores convencidos de la compleja tarea de gestionar un municipio en el que el turismo constituya una parte importante de su desarrollo y de su economía, abogan porque sea esta escala el ámbito clave para conseguir un desarrollo sostenible en los destinos emergentes y procurar una puesta en valor de aquellos que presenten agotamiento de modelo o disfuncionalidades que impidan el éxito en materia turística. Por otra parte, entienden que es la escala más cercana tanto al residente como al turista y la que recibe los diversos impactos socioeconómicos y ambientales que provoca esta función. En definitiva, un trabajo de gran interés, como veremos a continuación en los contenidos que abordan los trece capítulos que lo componen. Excepto el capítulo primero donde las profesoras G. Priestley y G. Cànoves justifican y presentan la obra, los restantes se pueden agrupar en cuatro bloques temáticos. En primer lugar, se abordan aspectos generales del desarrollo turístico, y ocupan los capítulos del dos al cinco; y del capítulo seis al trece se tratan temas fundamentales como la planificación, la gestión y la promoción de municipios turísticos.

El capítulo dos expone un breve recorrido por la evolución del turismo español desde la época franquista, la transición, las últimas décadas y la situación actual. Los autores, J. C. Llurdés y A. Blanco, denuncian el todavía existente doble discurso oficial, porque si bien subrayan esa valoración positiva de pasar de un modelo absolutamente insostenible, sin ninguna planificación, a la sensibilización por temas como planificación estratégica, sostenibilidad, regulación o calidad y competitividad, la práctica es bien diferente, se sigue pensando en términos cuantitativos tanto de oferta como de demanda y el modelo del ladrillo difiere bastante de lo que significa el concepto sostenibilidad.

En el capítulo tres G. Priestley analiza el concepto de sostenibilidad, el modelo de ciclo de vida de estos municipios y su relación con el concepto anterior, además de establecer unos requisitos para implementar estrategias turísticas en este sentido. Reivindica el equilibrio entre las tres vertientes de la sostenibilidad: ambiental, económica y social, y subraya la contradicción entre los conceptos citados. Mientras el desarrollo sostenido implica la continuidad a largo plazo del destino, la teoría de Butler implica su estanca-

miento u obsolescencia. Considera que el reto es evitar el desarrollo excesivo, combatir el declive y satisfacer la demanda, adaptándose a los continuos cambios, para lo que exige un compromiso de todos los agentes involucrados, públicos, privados y población local. En definitiva aboga por la planificación estratégica.

El capítulo cuatro presenta la evolución de los impactos producidos por el turismo en las cifras macroeconómicas del país y la de los municipios turísticos: PIB, nivel de paro y balanza de pagos, una evolución positiva que todavía no se valora en su justa medida por las administraciones públicas. Asimismo analiza los efectos producidos por el sector sobre los ayuntamientos. Los profesores M. Noguera y A. Vancells subrayan los clásicos problemas de financiación de los municipios considerados turísticos que han recurrido a impulsar la construcción para poder obtener ingresos que suplan a los asignados por las dos escalas de administración superiores, que los fijan en función de la población censada. Reclaman el reconocimiento de los rasgos diferenciales de estos municipios que exigen una revisión de la financiación.

Con el capítulo cinco se completa esa visión general del desarrollo de esta actividad. Se profundiza en el conocimiento de los impactos ambientales y socioculturales que genera el turismo en los destinos donde se implanta. Los autores, X. Campillo, J. C. Llurdés y F. Romagosa, tras profundizar en la definición de impacto, especifican que van a tratar los impactos que afectan negativamente al destino, al considerar que son éstos los que deben ser tenidos en cuenta en la planificación turística y territorial, solventarlos es avanzar hacia el desarrollo sostenido. Abordan aquellos provocados en el sistema ambiental y sociocultural, y subrayan que éstos van muy relacionados con el comportamiento turístico de los destinos puesto que los modelos estereotipados pertenecen al plano teórico y por ello son referenciales. Por esta misma razón, advierten que estas incidencias son difíciles de medir e identificar y dependen de juicios de valor.

En el segundo bloque temático, la profesora M. Pérez afronta la gestión municipal desde los aspectos legislativos y la normativa administrativa de los municipios, de los residentes y de los turistas, y es tratado en los capítulos seis y siete. El primero de ellos identifica las características básicas y el contenido genérico del actual Derecho del Turismo, que la autora reconoce como una herramienta indispensable para la gestión del sector turístico y para alcanzar la calidad y la excelencia de la actividad. Explica asimismo la nueva organización con el estado de las autonomías y la distribución de competencias en materia turística en las tres escalas de administración: estatal, autonómica y local. Subraya como el modelo organizativo actual es fruto de una evolución positiva que ha conseguido el cambio paulatino hacia un criterio más cualitativo que ha conducido el privilegio de la ordenación turística hacia las Comunidades Autónomas y Corporaciones locales. Aunque con ello ha aumentado la complejidad de la estructura organizativa, también los objetivos son más ambiciosos al igual que los intereses a proteger. En el capítulo siete se reivindica una mayor implicación de las administraciones locales en materia de protección y seguridad del turista como consumidor, por su mayor cercanía al usuario y en un contexto de globalidad y reparto de competencias entre las Administraciones Públicas. Se señala que el turista no piensa únicamente en su seguridad física, sino que se refiere también a la protección y tutela de sus bienes y derechos. Las acciones de las mismas deben arbitrar marcos normativos y voluntarios que eviten riesgos a los que se pueden exponer los con-

sumidores en un irregular funcionamiento del mercado, que atiende a un extraordinario incremento de ofertas, en gran parte derivado del impulso de las nuevas tecnologías. Destaca la importancia que tiene para el negocio turístico el resolver con celeridad los conflictos entre usuarios y operadores turísticos.

Configuran el tercer bloque temático cuatro capítulos dedicados a temas de planificación y gestión del municipio. Los autores del capítulo ocho, L. Jovell, J. C. Llurdés y F. J. Uroz, ponen de manifiesto la urgente necesidad de partir de la idiosincrasia y características socioculturales de los territorios para conseguir un desarrollo sostenible. En este sentido apuestan por el desarrollo endógeno, una nueva concepción del territorio que se fundamenta en las propias potencialidades: cultura, instituciones locales, capacidad empresarial y el medio y la identidad del lugar. Esta propuesta precisa una herramienta eficaz que propicie un desarrollo adecuado bajo parámetros de sostenibilidad, la planificación estratégica y constante, que se compromete a que el ciclo de vida del destino sea el apropiado. Este instrumento es lo contrario a la improvisación, los objetivos, las políticas para alcanzarlos, los plazos de ejecución de las actuaciones, las decisiones están pensadas a largo plazo con capacidad para prevenir el futuro. Los profesores muestran las fases y el método para implantar este nuevo modelo de desarrollo, y en el siguiente capítulo, nueve, Jovell y Uroz, presentan las herramientas económicas que van a aportar la información necesaria en este aspecto, en el mercado global y local, así como las pautas para el análisis de los requisitos de los consumidores potenciales a través de obtener datos de la demanda. El análisis de los datos económicos mundiales y de los países emisores facilita adelantarse al comportamiento de la demanda y su efecto sobre el municipio, a la vez que seguir la evolución entre los competidores. Los profesores F. Romagosa y X. Campillo, en el capítulo diez insisten en la importancia de apostar por la calidad, como factor de competitividad y sostenibilidad en la gestión ambiental de los municipios turísticos. Para ello muestran una amplia selección de instrumentos vigentes para la mejora de la calidad ambiental, que denuncian no ser aplicados o aprovechados con el rigor deseable. Estos van desde la planificación territorial y turística hasta otros de certificación y gestión ambiental aplicables a nivel territorial y empresarial. Sin embargo, consideran que, a pesar de los avances y beneficios conseguidos, sería preciso contemplar el funcionamiento ecológico de todo el sistema territorial. Para finalizar el bloque de gestión, se aborda a continuación el contenido del capítulo once, cuyos autores D. Blabia, V. Giménez y M. Pérez, tratan en primer lugar, la necesidad de concienciar que el programa de calidad en destinos debe ser liderado e impulsado desde los Ayuntamientos, puesto que son éstos los que prestan servicios públicos de proximidad que inciden de forma directa en los usuarios, en su satisfacción, por ende en su calidad, directamente ligada a esa percepción. En este sentido se convierte en la estrategia por excelencia para el aumento de competitividad. Se analiza asimismo las iniciativas públicas para fomentar la calidad en el sector turístico hasta 2006 y se subraya la necesidad de la implicación de todos los agentes públicos y privados, como la coordinación entre ellos. Se hace especial referencia al papel primordial del sector empresarial en el futuro de la actividad turística, la importancia de que la gestión de la calidad se impulse desde la alta dirección e implique a todo el personal, otorgando prioridad a la formación, y por último, pero también fundamental, a su actitud de cooperación y colaboración con el sector público.

Para finalizar se presentan los modelos más utilizados por la empresas españolas para acreditar su acciones en este ámbito.

Los dos últimos capítulos muestran dos aspectos insoslayables en la gestión de destinos turísticos como son la promoción y la comercialización. Así en el capítulo doce P. Morata relaciona las estrategias de promoción turística y de algunos entes de promoción de los municipios españoles, pero presta especial atención a diferenciar conceptualmente las actuaciones de las empresas del sector y aquellas que impulsan las distintas administraciones. Mientras las primeras utilizan la teoría anglosajona clásica: publicidad, relaciones públicas y con la prensa, y promoción de ventas, los municipios utilizan en mayor medida la participación en ferias que incluye actos de relaciones públicas y prensa, más eficiente para sus intereses partidistas y electorales. Se resalta el carácter tan atomizado que caracteriza al sector. En el capítulo trece E. Rossano, previa definición del concepto de producto turístico, propone las fases de un plan de marketing para crear y mejorar estos productos. Las fases a seguir pasarían por diagnósticos del producto en cuestión y de sus competidores, hacer un análisis de las principales variables económicas que afectarían positiva o negativamente a la oferta planteada, realizar una segmentación del mercado que se pretende captar y adaptar mejor la oferta, y a partir de aquí, definir sus objetivos (metas en ventas, rentabilidad de inversiones...). El carácter aplicado del capítulo le conduce a exponer pautas para la diferenciación del producto si se detectara esta debilidad durante el proceso de planificación.

A modo de conclusión, se puede afirmar que la obra constituye una magnífica guía metodológica para ayudar a los destinatarios a los que va dirigida en la difícil tarea de gestionar municipios turísticos, dada la complejidad del sector.

M^a Dolores Ponce Sánchez
Universidad de Murcia

CEBRIÁN ABELLÁN, F. (Coord.) (2008): *Turismo Rural y Desarrollo Local*. Cuenca/Sevilla, Ediciones de La Universidad de Castilla-La Mancha y Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 336 pp.

En esta publicación, coordinada por F. Cebrián Abellán, se recogen los textos que fueron utilizados como fuentes de información y conocimiento en la primera edición del *curso de especialistas en Turismo Rural y Desarrollo Local*, organizado por la Universidad Castilla-La Mancha. El resultado es un libro que busca explicar a los lectores el turismo rural con un enfoque abierto y crítico. Aunque como lo matizan los autores, se trata de una modalidad no exenta de problemas y conflictos, que requieren visiones interdisciplinarias y propuestas ajustadas a cada realidad. La necesidad de analizar y reflexionar estos aspectos guía los diferentes capítulos del libro: en la presentación se analiza, a partir de las aportaciones del coordinador y de los diferentes autores con los que dialoga, las relaciones, desafíos y propuestas para el turismo rural y para el desarrollo local. Aborda los nuevos