

Planificación, promoción y fomento de los recursos turísticos

Miguel Corchero

Presidente de URBACORP

Abogado Urbanista

Sumario: I. LOS RECURSOS TURÍSTICOS.– 1. Concepto.– 2. Tipología.– 2.1. Recursos culturales.– A) Bienes inmuebles (patrimonio inmobiliario).– B) Bienes muebles (patrimonio mobiliario).– C) Bienes intangibles (patrimonio etnológico).– 2.2. Recursos naturales.– 2.3. Recursos artificiales.– II. LA PLANIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.– III. LOS PLANES TURÍSTICOS REGIONALES.– 1.– Objetivos.– 2. Contenido.– 3. Relación con otros instrumentos de ordenación.– IV. LOS PLANES ESTRATÉGICOS TERRITORIALES.– 1. Concepto y denominación.– 2.– Condiciones necesarias.– 3. Efectos de la declaración.– 4. Contenido.– V. LA PROMOCIÓN Y EL FOMENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.– 1. Introducción. 2. La promoción y el fomento del turismo como competencia autonómica.– 3. Marca turística autonómica.– VI. LOS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DEL TURISMO.– 1. Ferias y Certámenes.– 2. Información turística institucional.– 3. Oficinas de Turismo.– A) Importancia.– B) Concepto.– C) Requisitos Mínimos.– D) Las Oficinas de Turismo y la Información Administrativa y Atención al Ciudadano.– E) Coordinación y cooperación: Redes Autonómicas de Oficinas de Turismo.– F) Funciones.– VII. LOS INSTRUMENTOS DE FOMENTO DEL TURISMO.– 1. Apoyo a la formación turística.– 2. Estímulo a nuevas ofertas turísticas y mejora de la competitividad.– 3. Subvenciones.– 4. Fiestas de Interés Turístico.– 5. Premios y galardones.– 6. Denominaciones geoturísticas.– VIII. BIBLIOGRAFÍA.–

Resumen: Son recursos turísticos aquellos bienes, materiales o inmateriales, acontecimientos, manifestaciones culturales de todo tipo, obras del ingenio humano, espacios o elementos de la naturaleza que, por su esencia u otras circunstancias, tienen el atractivo capaz de generar flujos y movimientos de personas. La regulación de los recursos turísticos alcanza tanto a su planificación como a su fomento y promoción. Por planificación se entiende la protección, conservación, mejora, aprovechamiento y creación de los recursos y de la oferta turística. Y con el fomento y promoción se refiere a las acciones de promoción y fomento del turismo y de la actividad turística empresarial. Por tanto, la regulación de los recursos turísticos se desarrolla en un triple ámbito: protección, conservación y mejora, aprovechamiento y, creación.

Palabras clave: Recursos Turísticos, Cultura, Naturaleza, Ordenación, Planificación, Planes, Promoción, Fomento, Marca turística, Formación, Premios.

Abstract: Those immaterial goods, materials or, events, cultural manifestations of all type, works of the human talent, spaces or elements of the nature are tourist resources that, by their

essence or other circumstances, have attractive the able one to generate flows and movements of people. The regulation of the tourist resources reaches so much to its planning as to its promotion and promotion. By planning the protection is understood, conservation, improvement, advantage and creation of the resources and the tourist supply. And with the promotion and promotion one talks about to the actions of promotion and promotion of the tourism and the enterprise tourist activity. Therefore, the regulation of the tourist resources is developed in a triple scope: protection, conservation and improvement, advantage and, creation.

Key words: Tourist resources, Culture, Nature, Arrangement, Planning, Plans, Promotion, Promotion, tourist Mark, Formation, Prizes.

I. Los recursos turísticos¹

1. Concepto

Se suelen definir los recursos turísticos como “aquellos bienes, materiales o inmateriales, acontecimientos, manifestaciones culturales de todo tipo, obras del ingenio humano, espacios o elementos de la naturaleza que, por su esencia u otras circunstancias, tienen el atractivo capaz de generar flujos y movimientos de personas”. Dicha definición se inspira en la legislación turística vasca que se expresa en los siguientes términos: “son bienes o recursos turísticos las cosas materiales, naturales o no, que por su naturaleza o circunstancias, son capaces de generar corrientes turísticas. A estos efectos, se entiende por corriente turística el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio”². En ambos conceptos destacan, al menos, dos aspectos: el objeto y la función de los recursos turísticos.

La enumeración de los bienes que constituyen recursos turísticos destaca por su amplitud. Pueden ser tanto los bienes (naturales o inmateriales) como los acontecimientos, manifestaciones culturales de todo tipo, obras del ingenio humano, espacios o elementos de la naturaleza³. Este fenómeno de ampliación del objeto legal de tutela no

1 Sobre esta materia ya he reflexionado en otras ocasiones: CORCHERO y SANDÍN MORA(2001: 103-143), CORCHERO y SANDÍN MORA (2002a: 377-405), CORCHERO y SANDÍN MORA (2002b: 673-717), CORCHERO y SANDÍN MORA (2002c: 1289-1325), CORCHERO y SANDÍN MORA (2002d: 3310-3330), CORCHERO y SANDÍN MORA (2003a: 892-920), CORCHERO y SANDÍN MORA (2003b), CORCHERO y HERNÁNDEZ TORRES (2004: 1215-1278), CORCHERO (2005a), CORCHERO (2005b), CORCHERO (2005c), CORCHERO (2006: 511-545), CORCHERO (2007a), CORCHERO y GRANDE MURILLO (2007a), CORCHERO y GRANDE MURILLO (2007b), CORCHERO (2007b: 371-396), CORCHERO y MARTÍNEZ-PEREDA SOTO (2007), Cizur 2007 y CORCHERO (2008).

2 Artículo 2.3 de la Ley vasca.

3 Ejemplos de concepto amplio de recursos turísticos encontramos en otras leyes. Así, por ejemplo, según el artículo 25 de la Ley cántabra constituyen recursos turísticos todos los bienes, costumbres, tradiciones, usos, patrimonio cultural, etnológico, geográfico y natural, así como la infraestructura alojativo de servicios y cualquier otra participación de los de las empresas turísticas.

es nuevo, también se ha producido en otras materias como las de Patrimonio Histórico y Cultural⁴.

Además, para poder ser calificados como recursos turísticos han de cumplir la siguiente función: “generar corrientes jurídicas”. Esto es, “tener capacidad de originar el desplazamiento, movimiento y permanencia de personas fuera de su domicilio”⁵. La noción de recurso turístico es – a juicio de J. CALLIZO y A. J. LACOSTA – extensible a todo bien o servicio que albergue la capacidad de incitar un viaje turístico, independientemente de la intensidad del flujo generado. Se trata de un concepto subjetivo, relativo y dinámico en el tiempo, ya que son los factores humanos (económicos, técnicos, culturales y políticos) que caracterizan a una sociedad en distintos momentos históricos los que determinan las preferencias de la demanda hacia uno u otro recurso turístico⁶. Con razón, afirma J. TUDELA ARANDA que la presencia legislativa del concepto de recursos turísticos es reflejo de un cambio cualitativo en la política turística y que la función que se atribuye como generadores de flujo turístico lo sitúa en el centro de dicha política⁷. La evolución de tal concepto es demostración y expresión de los cambios acaecidos en el mundo del turismo⁸.

4 BARRERO RODRÍGUEZ (1990: 121), tras realizar un minucioso excursus histórico, destaca la tendencia a ampliar el objeto del Patrimonio cultural al señalar que “Una gran idea puede sintetizar, sin duda, la exposición realizada, aquella que hace referencia a la *amplitud que en el Derecho contemporáneo adquiere el Patrimonio Cultural, al progresivo proceso de expansión de la realidad protegida que muestra el ordenamiento jurídico en su evolución histórica*, un proceso en el que convergen diversas líneas diferentes entre sí, aunque íntimamente relacionadas en ese común objetivo”. Este fenómeno de ampliación del concepto legal de patrimonio histórico, artístico y cultural, PÉREZ MORENO (1991: 1265) lo califica como “evolución expansiva del patrimonio cultural”.

5 La Ley gallega se refiere a los recursos turísticos como aquellos bienes susceptibles de provocar de modo directo o indirecto movimiento o actividades turísticas (art. 5.2). Como definiciones doctrinales podemos recoger las siguientes. Recurso turístico es todo elemento material que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros de atraer visitantes a un determinado espacio, y cuando esa visita responde a motivos estrictamente de turismo, ocio y recreación, LÓPEZ OLIVARES (1998). Y, desde un enfoque económico, un recurso turístico sería solamente aquel en que su oferta estuviera estructurada profesionalmente, es decir, que existiesen iniciativas con estructuras empresariales que lo explotasen; así como que el recurso que oferten tenga una demanda (mercado) real o potencial con clara viabilidad LENO (1993).

6 CALLIZO y LACOSTA (1999: 69). Asimismo, consideran que para que un bien o servicio sea considerado como recurso turístico no basta con la atracción ejercida sobre la demanda, sino que es preciso que medie un acto de explotación turística para que sea tenido como tal.

7 TUDELA ARANDA (1996: 291 y ss.).

8 TUDELA ARANDA (1999a: 201 y ss.).

2. Tipología⁹

2.1. Recursos culturales (*patrimonio cultural*)

A) Bienes inmuebles (patrimonio inmobiliario)

a) Bienes de Interés Cultural¹⁰

A los efectos de su declaración como Bienes de Interés cultural los bienes inmuebles se clasifican de la siguiente manera:

Monumentos. El edificio y estructura de relevante interés histórico, artístico, etnológico, científico, social o técnico, con inclusión de los muebles, instalaciones y accesorios que expresamente se señalen.

Conjuntos Históricos. La agrupación homogénea de construcciones urbanas o rurales que destaque por su interés histórico, artístico, científico, social o técnico que constituyan unidades claramente delimitables por elementos tales como sus calles, plazas, rincones o barrios.

Jardín Histórico. El espacio delimitado que sea fruto de la ordenación por el hombre de elementos naturales que pueden incluir estructuras de fábrica y que destacan por sus valores históricos, estéticos, sensoriales o botánicos.

Sitios Históricos. El lugar o paraje natural donde se produce una agrupación de bienes inmuebles que forman parte de una unidad coherente por razones históricas, culturales o de la naturaleza vinculadas a acontecimientos, recuerdos del pasado o manifestaciones populares de las raíces culturales de una comunidad que posean valores históricos o técnicos.

Zona Arqueológica. Lugar donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, tanto si se encuentran en la superficie como si se encuentran en el subsuelo o bajo las aguas que discurren dentro del territorio de la Comunidad.

Zona Paleontológica. Lugar donde hay vestigios fosilizados o no que constituyan una unidad coherente y con entidad propia.

Lugares de Interés Etnológico. Los espacios naturales, construcciones o instalaciones industriales vinculadas a formas de vida, cultura y actividades tradicionales del pueblo

9 La legislación turística autonómica no regula con especial detalle las clases de recursos turísticos. Algunas referencias como: recursos materiales/inmateriales; recursos naturales/no naturales; recursos básicos/no básicos. Con más detalle, TUDELA ARANDA (1999a: 209). Interesante, también la clasificación entre recursos turísticos actuales/potenciales y básicos/complementarios LÓPEZ OLIVARES (1998: 37 y ss.).

10 Una aproximación a las clases de Bienes de Interés Cultural en las distintas Comunidades Autónomas la podemos encontrar en los artículos de LÓPEZ BRAVO (1999), y FERNÁNDEZ DE GATTA (1999).

extremeño, tales como antiguos almacenes, fábricas, elementos distintivos como chimeneas, silos, puentes, molinos.

Parques Arqueológicos. Restos arqueológicos sometidos a visitas públicas.

Espacios de protección arqueológica. Lugar donde se presume la existencia de restos arqueológicos.

- b) Obras de arte: Arquitectura, Escultura y Pintura
- c) Elementos de la arquitectura tradicional: popular, agropecuaria, industrial, tecnológica y productiva
- A) Bienes muebles (patrimonio mobiliario)
 - a) Bienes de Interés Histórico-Artístico
 - b) Bienes de Interés Arqueológico
 - c) Bienes de Interés Etnológico
 - d) Bienes de Interés Científico-Técnico
 - e) Bienes de Interés Documental
 - f) Bienes de Interés Bibliográfico
- A) Bienes intangibles (patrimonio etnológico)
 - a) Usos, costumbres y tradiciones populares
 - b) Formas de vida
 - c) Formas de lenguaje, habla y peculiaridades lingüísticas
 - d) Fiestas populares (religiosas y profanas)
 - e) Ferias y mercados
 - f) Gastronomía
 - g) Música y danza
 - h) Cine y teatro
 - i) Artesanía (Alfarería, tejidos e indumentaria, metales, cueros y pieles, maderas, piedras, cestería, instrumentos musicales, máscaras, objetos rituales, pinturas, imaginería)
 - j) Museos

2.2. Recursos naturales (*patrimonio natural*)¹¹

- Montañas: Alta Montaña, Sierras, Volcanes, Valles y quebrados, Mesetas, Areas verdes, Glaciares
- Planicies: Llanuras, Desiertos, Salinas, Altiplanos
- Costas: Playas, Acantilados, Arrecifes, Cayos y golfos, Islas e islotes, Fiordos, Canales, Penínsulas, Bahías y calas
- Lagos, lagunas y esteros
- Embalses¹²
- Ríos, arroyos y ramblas
- Caídas de aguas
- Grutas y cavernas
- Lugares de observación paisajística
- Lugares de caza y pesca
- Caminos pintorescos
- Espacios naturales protegidos
- Reservas naturales

2.2. Recursos artificiales

- Parques de atracciones
- Parques temáticos
- Acuarios y zoológicos
- Parques botánicos
- Convenciones y congresos
- Corridas de toros
- Concursos de belleza
- Festivales de cine
- Acontecimientos deportivos

11 Seguimos la tipología de recursos turísticos naturales propuesta por la Organización de Estados Americanos y por LÓPEZ OLIVARES (1998: 93-96).

12 Para SÁNCHEZ LOMBA (1998: 29), toda la riqueza turística natural que proporcionan los embalses, justifican una atención especial y un tratamiento cuidadoso, pero decidido.

- Estaciones de esquí y de montaña
- Casinos

II. La planificación de los recursos turísticos¹³

La regulación de los recursos turísticos alcanza tanto a su planificación como a su fomento y promoción. Por planificación se entiende la protección, conservación, mejora, aprovechamiento y creación de los recursos y de la oferta turística. Y con el fomento y promoción se refiere a las acciones de promoción y fomento del turismo y de la actividad turística empresarial. Por tanto, la regulación de los recursos turísticos se desarrolla en un triple ámbito:

- a) protección, conservación y mejora,
- b) aprovechamiento y,
- c) creación¹⁴.

Las legislaciones turísticas autonómicas establecen su propio régimen de los recursos turísticos atendiendo a sus peculiaridades territoriales y normativas¹⁵. Prueba de esta variedad de tratamientos es las distintas terminologías empleadas. Por ejemplo, las siguientes:

- Ordenación de los recursos turísticos (Andalucía y País Vasco)
- Ordenación de la oferta turística (Baleares y Canarias)
- Ordenación del suelo y del territorio (Canarias)
- Desarrollo y mantenimiento del recurso turístico (Cantabria)
- Planificación turística (Castilla y León)
- Ordenación turística territorial (Castilla y León)
- Planificación y ordenación turística (Galicia)

13 BOUAZZA ARIÑO (2006), BOUAZZA ARIÑO (2007), BLANQUER (2002), GARCÍA SAURA (2007), SOLA TEYSSIERE (2005).

14 Una de las novedades de la legislación turística autonómica es el establecimiento como principio normativo la “creación” de recursos turísticos TUDELA ARANDA (1999a: 218-222).

15 Un análisis crítico de la regulaciones autonómicas de la planificación turística la realiza F.J. BLANCO HERRAIZ (1999: 180). Para este autor, el viejo sistema preconstitucional de planificación turística en España no ha sido sustituido en la democracia por otra configuración normativa sistemática, bien engarzada con los instrumentos de ordenación territorial vigentes. El proceso legislativo iniciado en la segunda mitad de esta década, en el que se observan singulares propuestas racionalizadoras se encuentra aún en una fase de diseño inicial, sin que se detecte el necesario ánimo impulsor en el desarrollo de estas previsiones legales por parte de las Administraciones públicas competentes.

- Planificación del turismo (Madrid)
- Acción pública en materia de turismo (Murcia)
- Ordenación de los espacios turísticos (Comunidad Valenciana)

III. Los planes turísticos regionales

1. Objetivos

La mayoría de las Leyes de Turismo autonómicas no precisan los objetivos y fines del planeamiento turístico regional. Como excepción, debemos citar la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Así, la Junta de Castilla y León aprobará, de conformidad con el Plan de Desarrollo Regional, un Plan de Turismo de Castilla y León de acuerdo con los siguientes objetivos¹⁶:

- Incremento y diversificación de la oferta.
- Mejora de la calidad de las prestaciones y servicios.
- Aprovechamiento de los recursos turísticos actualmente ociosos.
- Mejora de los procesos de gestión empresarial.
- Utilización y aplicación de nuevas tecnologías.
- Desarrollo empresarial del sector, así como la potenciación del asociacionismo.
- La protección y preservación del entorno y el medio ambiente en general.

2. Contenido

Los Planes Turísticos Regionales definen el modelo y estrategia de desarrollo turístico¹⁷ y la ordenación y fomento de los recursos turísticos¹⁸. Algunas Leyes autonómicas

16 Artículo 37.1 de la Ley castellano-leonesa.

17 Según F.J. BLANCO HERRAIZ debe abordar la definición del marco de desarrollo de esta actividad con una amplia perspectiva temporal, desde una óptica integradora de lo turístico y lo no turístico, de una forma sencilla, flexible y operativa, concretando actuaciones y propuestas adecuadas y viables, y tratando de precisar con la mayor claridad posible el grado de vinculatoriedad de sus determinaciones (“Alternativas legislativas para la planificación territorial del turismo en España”, en J. TUDELA ARANDA (1999: 168).

18 Dicha regulación se inspira en el artículo 48.1 de la Ley vasca cuyo tenor es el siguiente: “la ordenación de los recursos turísticos de Euskadi se realizará por medio de un Plan Territorial Sectorial. Este plan definirá el modelo de desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma y ordenará el fenómeno de la segunda residencia turística o vacacional, con arreglo al modelo definido por los instrumentos de ordenación territorial establecidos por la Ley 4/1990, de 31 de mayo, de Ordenación del Territorio del País Vasco”.

exigen entre las determinaciones del Plan la concreción de los objetivos y prioridades, así como los programas de acción e instrumentos de ejecución. En este sentido las Leyes andaluza y madrileña.

“Artículo 15. Plan General del Turismo

1. La ordenación de los recursos turísticos de Andalucía se realizará a través del Plan General del Turismo, el cual determinará las principales necesidades, objetivos, prioridades y programas de acción y definirá el modelo y la estrategia de desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma, así como el fomento de los recursos turísticos de Andalucía.”

“Artículo 38. Plan regional

El Gobierno de la Comunidad de Madrid, a iniciativa de la Consejería competente en materia de turismo, aprobará un plan regional integral mediante el cual se definan los criterios y objetivos generales relativos al sector turístico y se establezcan los instrumentos para su ejecución.”

La Ley de Turismo de Castilla y León no solo se limita a exigir la necesidad de establecer tales programas e instrumentos, sino que enumera los que considera necesarios.

“Artículo 38. Programas ejecutivos

La Junta de Castilla y León desarrollará el Plan de Turismo de Castilla y León a través de los programas ejecutivos que resulten necesarios y en todo caso los siguientes:

- Programas de diversificación de la oferta turística.*
- Programas de calidad de la oferta turística.*
- Programas de formación turística.*
- Programas de promoción y difusión turística.”*

Con especial detalle, la Ley gallega regula el contenido del Plan de ordenación turística que definirá el modelo de desarrollo turístico y contendrá directrices generales referidas a los siguientes aspectos:

- Ordenación de los usos en relación con el resto de la ordenación del territorio.
- Inventario y valoración de los recursos turísticos y fijación de los modos óptimos de aprovechamiento de los mismos y medidas a adoptar para su protección.
- Áreas adecuadas para los flujos turísticos atendiendo a su situación, naturaleza, valor y capacidad de los recursos de las mismas, a las condiciones del suelo y a la preservación del medio ambiente.
- Inserción económica del sector turístico con el resto de los sectores productivos en las áreas turísticas atendiendo a un desarrollo armónico y equilibrado de los mismos.

- Adecuación de la oferta turística y su priorización.
- Tipología de las distintas ofertas turísticas básicas y complementarias y estimación cuantitativa y cualitativa de la mencionada oferta en función de las previsiones sobre la demanda y la aptitud del territorio.
- Líneas de ayuda para ayuntamientos y empresas privadas.
- Zonas de protección y demás cautelas a adoptar para preservar el turismo de usos, obras y actividades incompatibles con el mismo.
- Planes y proyectos sectoriales a abordar y sus directrices.
- Medidas para incentivar el turismo interior y el conocimiento del país y de sus recursos turísticos por los propios gallegos.
- Adaptación del planeamiento municipal, en su caso, a las determinaciones del plan, contemplando la redacción de planes especiales urbanísticos si fuese preciso.
- Relación de las actuaciones y proyectos que requieran informes preceptivos como consecuencia del plan elaborado.
- Evolución y análisis del mercado de trabajo en el sector en orden a la generación de empleo y mejora de la formación de los recursos humanos de la oferta turística gallega.
- Evolución de la oferta de plazas hoteleras y progresiva reconversión de la oferta de alojamiento y restauración hacia una mayor calidad, previo el necesario reciclaje profesional, de los trabajadores afectados por la misma.
- Seguimiento, evaluación y corrección de las actuaciones citadas.
- Causas suficientes para la revisión del plan.

3. Relación con otros instrumentos de ordenación y de planificación

La mayoría de las Leyes de Turismo de las distintas Comunidades Autónomas no regulan las relaciones de los Planes Turísticos Regionales con otros instrumentos de ordenación y de planificación. Aquellas legislaciones que si se ocupan establecen la necesidad de una coordinación e integración con otras ordenaciones y planes.

*Castilla y León*¹⁹. La planificación turística autonómica tendrá en cuenta los criterios generales de política económica, así como las determinaciones contenidas en los instrumentos de ordenación territorial y de protección de la naturaleza y los planes sectoriales con incidencia en el turismo.

19 Artículo 36 e de la Ley castellano-leonesa.

*Extremadura*²⁰. El Plan Turístico Regional deberá integrar las acciones de índole turística con los Planes de Desarrollo sobre el conjunto regional. Asimismo debe conseguir la interacción e integración con la política turística del Estado, y en su caso, con la de la Unión Europea.

*Galicia*²¹. La Administración Turística promoverá el Plan de Ordenación Turística de Galicia y los Planes y Proyectos sectoriales de infraestructura turística en consonancia con los instrumentos de ordenación del territorio. Asimismo, la elaboración y aprobación de la planificación turística se basará en la necesidad de garantizar la coherencia entre las determinaciones que los instrumentos de ordenación turísticas contuvieron, con relación al planeamiento territorial y urbanístico, en aquellos aspectos que hayan de ser reglamentados en ambos marcos de planificación. En especial, se tendrá en cuenta en lo que afecta a la redacción de programas de protección para la conservación y valoración del patrimonio histórico y artístico, bellezas naturales, sistemas medioambientales, salud pública y, en general, mejora de los medios urbanos, rurales y naturales.

IV. Los planes estratégicos territoriales

1. Concepto y denominación

*Andalucía: Zonas de Preferente Actuación Turística*²². Aquellas comarcas y áreas territoriales en que se den situaciones o perspectivas que demanden una específica acción ordenadora o de fomento.

*Cantabria: Zonas de Preferente uso turístico*²³. Aquellas áreas concretas y determinadas, localidades, términos municipales o comarcas en donde se den o se vayan a producir excepcionales circunstancias turísticas que precisen una especial acción turística, tanto ordenadora como promotora.

*Castilla y León: Zonas de Interés Turístico Preferente*²⁴. Aquellas áreas geográficas con características homogéneas, teniéndose en cuenta, en todo caso, la existencia en dichas áreas de recursos naturales o culturales capaces de atraer flujo turístico.

*Extremadura: Areas Turísticas Integradas*²⁵. Aquellas áreas o comarcas turísticas consideradas preferentes desde la perspectiva de la actuación y financiación pública.

20 Artículo 50.2 de la Ley extremeña.

21 Artículos 12.1 y 14.3 de la Ley gallega.

22 Artículo 16.1 de la Ley andaluza.

23 Artículo 36 de la Ley cántabra.

24 Artículo 46.1 de la Ley castellano-leonesa.

25 Artículo 52.1 de la Ley extremeña.

*Madrid: Areas de Preferente Uso Turístico*²⁶. Aquellas zonas, localidades o comarcas en las que se requiera una vigorosa acción ordenadora o promocional de carácter turístico.

*País Vasco: Area o Comarca Turística*²⁷. Aquellas áreas territoriales consideradas como preferentes desde la perspectiva de la actuación y financiación pública. La consideración de un área o comarca como turística y su declaración como tal lo será a los efectos de la planificación detallada del aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos en ella existentes.

*Comunidad Valenciana: Espacios Turísticos*²⁸. Aquellas áreas delimitadas de territorio cuyas estructuras y actividades turísticas gocen de tal homogeneidad que permita la ejecución de una política turística común y uniforme para toda el área.

2. Condiciones necesarias

*Andalucía*²⁹. Para que una comarca o área territorial pueda ser declarada de preferente actuación turística requerirá:

- Que concurren las condiciones para permitir la ejecución de una política turística común.
- Que disponga de recursos turísticos básicos suficientes.
- Que disponga del equipamiento turístico necesario o de suelo previsto en el planeamiento urbanístico para dotación de equipamientos turísticos en la extensión adecuada.
- Que no exista otro uso incompatible con el turismo cuyo interés público sea preferente.

*Extremadura*³⁰. Para que un área o comarca pueda ser así señalada requerirá que en la misma concurren las siguientes condiciones:

- Que disponga de recursos turísticos básicos suficientes.
- Que disponga de alojamientos bastantes o de suelo apto para la edificación de los mismos en la extensión adecuada.
- Que no exista otro uso incompatible con el turismo cuyo interés público sea preferente.

26 Artículo 40.a de la Ley madrileña.

27 Artículo 49 de la Ley vasca.

28 Artículo 36 de la Ley valenciana.

29 Artículo 16.3 de la Ley andaluza.

30 Artículo 52.2 de la Ley extremeña.

*País Vasco*³¹. Para que una comarca pueda ser declarada turística requerirá que en la misma concurren las siguientes condiciones:

- Que disponga de recursos turísticos básicos suficientes.
- Que disponga de alojamientos bastantes o de suelo apto para la edificación de los mismos en la extensión adecuada.
- Que no exista otro uso incompatible con el turismo cuyo interés público sea preferente.

*Comunidad Valenciana*³². La homogeneidad en estructuras y actividades relativa a los Espacios Turísticos deberá referirse a los siguientes extremos:

- Modelo territorial y urbanístico.
- Recursos naturales, patrimoniales y culturales.
- Infraestructuras.
- Gestión medioambiental.
- Posibilidades de complementación recíproca entre los municipios que integren el «Espacio Turístico».
- Comportamiento de la oferta y la demanda.

3. Efectos de la declaración

*Andalucía*³³. La declaración de Zona de Preferente Actuación Turística dará lugar a la elaboración de un Plan de Actuación Turística Integrada, que se formalizará a través de un convenio a suscribir entre la Consejería competente en materia turística, las Entidades Locales interesadas, así como, en su caso, otras Administraciones, asociaciones u organismos.

*Castilla y León*³⁴. Declarada una zona de interés turístico preferente se procederá a la elaboración de un plan de ordenación de sus recursos turísticos y de fomento de la actividad turística.

*Extremadura*³⁵. La declaración de un territorio como Area Turística de Acción Integrada *implicará* la subsiguiente planificación detallada del aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos en ella existentes. Una vez declarada un área o

31 Artículo 49.2 de la Ley vasca.

32 Artículo 37 de la Ley valenciana.

33 Artículo 16.5 *ab initio* de la Ley andaluza.

34 Artículo 47.1 de la Ley castellano-leonesa.

35 Artículos 53.1 y 2 y 54.1 de la Ley extremeña.

comarca como turística de acción integrada se procederá a la elaboración del Plan Estratégico de Ordenación y Fomento de los Recursos Turísticos de la misma.

*País Vasco*³⁶. Una vez declarada una comarca como turística se procederá a la elaboración del Plan Estratégico de Ordenación de los Recursos Turísticos de la misma.

*Comunidad Valenciana*³⁷. Con el objeto de articular una política turística eficaz que permita el desarrollo de los Espacios Turísticos se aprobará un Plan Turístico.

4. Contenido de los Planes Estratégicos

*Andalucía*³⁸. El Plan de Actuación Turística Integrada tendrá como contenido mínimo:

- El inventario y valoración de los recursos turísticos, con indicación de las condiciones óptimas de uso y medidas de protección de los mismos.
- La concreción de los usos turísticos, entre los previstos por el planeamiento urbanístico, teniendo en cuenta la potencialidad de los recursos turísticos y las características medioambientales de los distintos ámbitos de la Zona de Preferente Actuación Turística.
- La oferta turística básica y complementaria y la estimación cuantitativa y cualitativa de dicha oferta, en función de las previsiones sobre la demanda y sus características socioeconómicas.
- Las previsiones para acomodar la ejecución del Plan a las exigencias reales de la demanda en cada momento.
- Un Programa de Promoción y Comercialización Turística, enmarcado en la política global de promoción y comercialización turística de la Administración de la Junta de Andalucía.

*Extremadura*³⁹. Los Planes Estratégicos contendrán, al menos, las siguientes determinaciones:

- Inventario y valoración de los recursos turísticos y fijación de los modos óptimos de aprovechamiento de los mismos y medidas a adoptar para su protección.
- Areas adecuadas para los asentamientos turísticos en razón a la situación, naturaleza, valor y capacidad de los recursos turísticos, las condiciones del suelo y la preservación del medio ambiente.

36 Artículo 51.1 de la Ley vasca.

37 Artículo 38 *ab initio* de la Ley valenciana.

38 Artículo 16.5 de la Ley andaluza.

39 Artículo 54.2 de la Ley extremeña.

- Zonas de protección y demás cautelas a adoptar para preservar al turismo de los usos, obras y actividades incompatibles con él.
- Tipología de la oferta turística básica y complementaria y estimación cuantitativa y cualitativa de dicha oferta en función de las previsiones sobre la demanda y la aptitud del territorio.
- Obras de infraestructura básica necesarias.
- Previsiones para acomodar la ejecución del Plan a las exigencias reales de la demanda de cada momento.
- Adaptación del Planeamiento Municipal, en su caso, a las determinaciones de los Planes Estratégicos y redacción de los Planes Especiales Urbanísticos precisos si fueran necesarios.
- Relación de las actuaciones y proyectos que quieran informes preceptivos, como consecuencia del Plan elaborado.
- Causas suficientes para la revisión del Plan.
- Compatibilizar el turismo con el respeto a los usos tradicionales agrícolas y ganaderos de las áreas turísticas integradas.

*País Vasco*⁴⁰. Los Planes Estratégicos Comarcales de Ordenación de los Recursos Turísticos de una comarca declarada turística contendrán, al menos, las siguientes determinaciones:

- Inventario y valoración de los recursos turísticos y fijación de los modos óptimos de aprovechamiento de los mismos y medidas a adoptar para su protección.
- Areas adecuadas para los asentamientos turísticos en razón a la situación, naturaleza, valor y capacidad de los recursos turísticos, las condiciones del suelo y la preservación del medio ambiente.
- Zonas de protección y demás cautelas a adoptar para preservar al turismo de usos, obras y actividades incompatibles con él.
- Tipología de la oferta turística básica y complementaria y estimación cuantitativa y cualitativa de dicha oferta en función de las previsiones sobre la demanda y la aptitud del territorio.
- Obras de infraestructura básica necesarias.
- Previsiones para acomodar la ejecución del plan a las exigencias reales de la demanda en cada momento.
- Adaptación del planeamiento municipal a las determinaciones de los Planes Estratégicos y redacción de los Planes Especiales Urbanísticos precisos.

40 Artículo 51.2 de la Ley vasca.

- Relación de las actuaciones y proyectos sometidos al informe preceptivo.
- Causas suficientes para la revisión del plan.

*Comunidad Valenciana*⁴¹. El Plan de Espacios Turísticos tendrá el siguiente *contenido*:

- La delimitación de zonas de la Comunidad Valenciana en «Espacios Turísticos».
- Las Directrices Generales para la actuación en materia de turismo sobre los «Espacios Turísticos» delimitados. Las directrices generales para la ordenación de los «Espacios Turísticos» contendrán propuestas de acción ecológicamente sostenibles respecto de los diversos elementos que condicionan el desarrollo turístico.
- Las Directrices Particulares para cada una de las zonas o Espacios delimitados. Las directrices particulares contendrán medidas concretas para cada espacio delimitado, y se elaborarán teniendo en cuenta la vocación de cada «Espacio Turístico» en relación con las actividades y recursos turísticos que se pretendan mantener, modificar o activar, así como con el modelo territorial y urbanístico sostenible desarrollado en la zona.

V. La promoción y el fomento de los recursos turísticos

1. Introducción

La mayoría de las Leyes de Turismo autonómicas no solo no definen los conceptos de “fomento” y “promoción” del turismo, sino que utilizan distinta terminología. Basta, a título de ejemplo, apreciar las siguientes:

- Promoción de los recursos turísticos (Andalucía)
- Fomento de la actividad turística (Canarias)
- Promoción y fomento de turismo (Cantabria, Castilla y León y Galicia)
- Fomento y promoción del turismo (Castilla-La Mancha y Extremadura)
- Acción pública en materia de turismo (Murcia)
- Promoción turística de la Comunidad Valenciana (Comunidad Valenciana)
- Promoción pública del turismo (País Vasco)

41 Artículos 38-42 de la Ley valenciana.

Sin embargo, la Ley de Turismo madrileña, con buen criterio técnico, distingue entre promoción (relativa a la demanda) y fomento (relativo a la oferta)⁴². Así, se entiende por promoción el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo favorece la demanda de servicios turísticos en la Comunidad de Madrid y apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional⁴³. Y, por fomento del sector turístico, la actividad encaminada a la potenciación de la oferta turística de la Comunidad de Madrid a través de medidas concretas tendentes a la mejora de la competitividad, el empleo y la internacionalización de las empresas y sus profesionales⁴⁴.

Como consecuencia de la falta de distinción, anteriormente referida, es habitual la regulación conjunta de las medidas de promoción y fomento del turismo. Así, por ejemplo, Castilla-La Mancha⁴⁵ o Galicia⁴⁶. En la Ley de Turismo de Extremadura, como medidas de fomento y promoción se contemplan las siguientes⁴⁷:

- Diseño y ejecución de campañas de todo tipo para la promoción del turismo de Extremadura.
- Información turística de carácter institucional, en especial la relativa al material promocional, oficinas de información turística y señalización de los recursos turísticos.
- Participación en Ferias y Certámenes relacionados con el sector, tanto en el ámbito estatal como en el internacional, en las condiciones reguladas.
- Prestación de apoyo a la formación turística mediante becas y otras ayudas destinadas a la adquisición de conocimientos y tecnologías de vanguardia en la actividad turística.
- Fomento de redes de información y conexión con agencias y centrales de reservas nacionales e internacionales en aras de una promoción más amplia y eficaz del turismo en Extremadura.
- Establecimiento de Oficinas de Información Turística, de titularidad autonómica o mediante Convenio, en todas las poblaciones de más de 10.000 habitantes y en aquellas que, si teniendo menos población, sean de especial interés turístico.
- Estimulo a las ofertas turísticas que respondan a nuevas necesidades.
- Actuaciones conducentes a la mejora de la competitividad de la oferta turística.

42 También, distinguen entre promoción y fomento del turismo los artículos 48 y 49 de la Ley murciana.

43 Artículo 41 de la Ley madrileña.

44 Artículo 46 de la Ley madrileña.

45 Artículos 41 y ss. de la Ley castellano-manchega.

46 Artículos 71 y ss. de la Ley gallega.

47 Artículos 59 y 61 de la Ley extremeña.

- Estudios, estadísticas y publicaciones.
- Subvenciones.
- Declaración de Fiestas de interés turístico a aquellas manifestaciones que supongan una valoración de la cultura y de las tradiciones populares, que tengan una especial importancia como atractivo turístico.
- Reconocimiento de aquellos premios o galardones que entidades o asociaciones establezcan como estímulo de actuaciones en materia turística.
- Cualquier otra actividad relacionada con la promoción turística de Extremadura que se considere necesaria para lograr los fines perseguidos por esta Ley.

2. La promoción y el fomento del turismo como competencia autonómica

Conforme al artículo 148.1 8ª de la Constitución española, las Comunidades Autónomas podrán asumir en la materia de “promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial”. Por tanto, las Comunidades Autónomas tienen competencia exclusiva en materia de turismo. El legislador constituyente concibió la actividad turística como una competencia natural de las Comunidades Autónomas⁴⁸. En cambio, el artículo 149 de la Constitución española no atribuye ninguna competencia al Estado en materia de turismo. No obstante, como señalan R. PÉREZ GUERRA y M.^a M. CEBALLOS MARTÍN, el Estado puede ampararse en alguno de los títulos competenciales comprendidos en el artículo 149.1 CE y referidos a materias conexas con el turismo, para esgrimir su legitimidad constitucional de incidir en la materia turística⁴⁹. En este sentido, se afirma que la competencia exclusiva de las Comunidades Autónomas sobre el turismo se convierte en concurrente cuando se afectan a determinados ámbitos en los que el Estado tiene competencia⁵⁰. Asimismo, la competencia promocional del turismo de las Comunidades Autónomas se extiende más allá de su propio territorio por lógicas razones de efectividad⁵¹.

En este sentido, la competencia promocional es recogida por las Leyes de Turismo autonómicas, aunque con distinto alcance y contenido. Veámoslo.

48 En este sentido, SALGADO CASTRO (1996: 319 y ss.) y GUILLEN GALINDO (1999: 46).

49 PÉREZ GUERRA y CEBALLOS MARTÍN (1996: 98-99). También, ROCA ROCA, CEBALLOS MARTÍN y PÉREZ GUERRA (1998: 58-59), y GUILLEN GALINDO (1999: 44-45).

50 GARCÍA MACHO (2000: 30).

51 GALLARDO CASTILLO (1996: 46-47).

*Extremadura*⁵². Corresponden a la Junta de Extremadura las competencias de promoción y fomento del turismo de la región tanto en el interior de la Comunidad como fuera de ella, sin perjuicio de las competencias del Estado⁵³.

*Galicia*⁵⁴. Corresponde a la Junta de Galicia el fomento y promoción del turismo de Galicia, sin perjuicio de la participación correspondiente de las administraciones locales y de las competencias del Estado.

*Murcia*⁵⁵. Corresponde a la Consejería competente en materia de turismo la planificación de la política de promoción turística de la Región de Murcia en el territorio nacional y, de modo concertado con la Administración del Estado, fuera del territorio nacional.

3. Marca turística autonómica

Unidad de destino turístico. Algunas Comunidades Autónomas, como Canarias o Galicia, y por razones de eficacia promocional, en su conjunto, se consideran como una unidad de destino turístico, con tratamiento unitario en su promoción fuera de su ámbito territorial⁵⁶. También Andalucía en su conjunto se considera como destino turístico integral, con tratamiento unitario en su promoción fuera de su territorio y previo acuerdo de las distintas Administraciones implicadas, Comunidad Autónoma, Ayuntamientos y Diputaciones, en la consecución de la integralidad turística⁵⁷.

Espacio común a la totalidad de la oferta turística. Las ofertas turísticas institucionales, locales y comarcales que se realicen en ferias o exposiciones en el exterior (de Cantabria, Extremadura o Galicia) deberán integrarse en un espacio común a la totalidad de la oferta turística autonómica, de tal forma que siempre se identifique a la Comunidad Autónoma como unidad territorial presidiendo toda promoción⁵⁸.

Imagen de calidad. Una de las razones del establecimiento de la unidad de destino turístico es la programación y ejecución de campañas de promoción para fomentar y mantener la imagen de calidad en los mercados que lo requieran. La promoción de esta imagen de calidad deberá integrar la diversidad de destinos turísticos autonómicos⁵⁹. Por ello, así se establece, por ejemplo, que la imagen turística de la Comunidad Valenciana en su conjunto es un patrimonio de los valencianos, por lo que corresponde

52 Artículo 56.1 de la Ley extremeña.

53 Similar, el artículo 40.1 de la Ley castellano-manchega.

54 Artículo 69.1 de la Ley gallega.

55 Artículo 48.1 de la Ley murciana.

56 Artículo 3 de la Ley canaria y 4 de la Ley gallega.

57 Artículo 19.1 de la Ley andaluza.

58 Artículo 41.2 de la Ley cántabra, 56.3 de la Ley extremeña y 69.2 de la Ley gallega.

59 Artículos 19.2 de la Ley andaluza y 53.1 de la Ley canaria.

básicamente a la Generalitat Valenciana, a través de l'Agència Valenciana del Turisme, la definición y el establecimiento de las oportunas estrategias para su comunicación⁶⁰.

Nombre de la Comunidad Autónoma. En las ediciones de material turístico de Extremadura, financiadas total o parcialmente con fondos públicos, figurará la marca turística de Extremadura en lugar destacado⁶¹. En Andalucía y Canarias, las Administraciones Locales que organicen campañas de promoción turística fuera de la Comunidad Autónoma deberán incluir el nombre de dicha Comunidad y, en su caso, acompañar el logotipo y eslogan turístico que corresponda⁶².

Señalización. La Ley de Turismo de Extremadura consagra como uno de los principios y criterios a los que debe acomodarse la actuación administrativa la potenciación, mediante acciones de promoción de los productos turísticos de manera que se constituyan en puntos de destino, estableciendo para ello la “señalización homogénea” de los recursos turísticos de la Comunidad Autónoma (artículo 4.7). Asimismo, el uso de los símbolos identificativos, mensajes y estrategias de la imagen turística de la Comunidad Valenciana, deberá ajustarse a las directrices que al objeto se dicten por l'Agència Valenciana del Turisme. Para su utilización será preceptiva la autorización expresa de dicha entidad, quien podrá supervisar el cumplimiento de las directrices dictadas⁶³. Prueba de la importancia de la señalización es que es una de las actuaciones prioritarias en las políticas turísticas autonómicas. Así, por ejemplo, el Plan Regional de Turismo de Castilla y León prevé completar el sistema de señalización turística. La gran extensión de Castilla y León, la enorme cantidad y variedad de sus recursos, así como su dispersión, hacen muy necesaria la existencia de un adecuado sistema de señalización turística, homogéneo para todo el territorio y completo.

VI. Los instrumentos de promoción del turismo

1. Ferias y Certámenes

La participación en Ferias y Certámenes relacionados con el sector, tanto en el ámbito estatal como en el internacional es una de las clásicas medidas de promoción del turismo. Las distintas Direcciones Generales de Turismo de cada Comunidad Autónoma elaboran sus Programas o Calendarios de Promoción Turística.

60 Artículo 20 de la Ley valenciana.

61 Artículo 56.2 *in fine* de la Ley extremeña.

62 Artículos 19.3 de la Ley andaluza y 53.3 de la Ley canaria. En Andalucía, también son sujetos de esta obligación las empresas privadas que con fondos públicos organicen campañas de promoción.

63 Artículo 21 de la Ley valenciana.

2. Información turística institucional

La información turística constitucional adquiere especial relevancia en cuanto al material promocional, las Oficinas de Turismo y en la señalización de los recursos turísticos⁶⁴.

3. Oficinas de Turismo⁶⁵

3.1. Importancia

Una de las posibles perspectivas del proceso de intervención pública en el fomento y desarrollo de la actividad turística es su consideración como *un proceso unitario* que gira en torno a las acciones de imagen expresadas en campañas concretas, acciones de promoción dirigidas a mercados o segmentos de mercado, la conformación de una oferta de calidad mediante la normativización, fomento y control de la misma, así como la fase de atención informativa dirigida al turista o consumidor final que al visitar un destino culmina este complejo y heterogéneo proceso. La ausencia de estructuras suficientes de información o la deficiente calidad de las mismas llevan consigo *la pérdida de la eficacia global del proceso* en el justo momento en que el mismo está en fase conclusiva, haciendo poco rentables las inversiones económicas y esfuerzos dedicados al conjunto del proceso. Por ello en el proceso de calidad turística, *la fase de información* que suele ser uno de los primeros contactos reales que se tienen con un destino, reúne una enorme importancia, siendo esencial a la hora de la valoración por parte del visitante del destino y del consiguiente grado de satisfacción o no con el mismo. De esa buena valoración que puede realizar el consumidor final depende lograr su fidelidad así como la divulgación desinteresada de sus atractivos ante terceros. En consecuencia, la disposición de *un servicio público de información turística bien organizado, de calidad, fácil acceso e identificación y con buena imagen*, a través de un sistema de información en red, resulta fundamental en el proceso de modernización de las Administraciones Públicas y de las actuaciones dirigidas directamente a los usuarios turísticos, que debe contribuir al refuerzo de la competitividad y a la mejora de la calidad del servicio público en esta materia. Las Oficinas de Turismo se configuran –a juicio de Eduardo ALVARADO CORRALES– como *elementos fundamentales* para el adecuado uso y aprovechamiento de nuestros recursos turísticos y constituyen un *servicio fundamental*

64 Artículos 41.b de la Ley castellano-manchega, 59.1 b de la Ley extremeña, 42 d de la Ley madrileña y 50 de la Ley murciana.

65 Las Leyes de Turismo autonómicas emplean distintos términos: Oficinas de Turismo (Andalucía, Cantabria, Castilla-La Mancha y Castilla y León); Oficinas de Información Turística (Cantabria y Extremadura); Centros de Información Turística (Canarias). La denominación tradicional de Oficinas de Turismo es, a nuestro juicio, la más adecuada. Hablar de Oficinas de Información Turística es reducir su función a la mera información, cuando son Oficinas que tienen más amplios cometidos (promoción y fomento del turismo)

que pueda incrementar el grado de satisfacción del visitante tanto por la atención y prestación del servicio en si como por la posibilidad de acceder de este modo a recursos y actividades poco conocidas y, la mayor parte de las veces, fácilmente accesibles. Para que sean realmente efectivas estima que deben ser suficiente y adecuadamente señalizadas con el objeto de que sean de fácil localización y dotadas con una infraestructura mínima contando con oficina y personal de modo permanente⁶⁶. La importancia de las Oficinas de Turismo se aprecia en el contenido de las distintas legislaciones autonómicas turísticas, en los Planes de Excelencia y Dinamización Turística⁶⁷ y en la Políticas turísticas estatal y autonómica.

3.2. Concepto

Andalucía. Aquellas dependencias abiertas al público que, con carácter habitual, facilitan al usuario orientación, asistencia e información turística⁶⁸.

*Canarias*⁶⁹. Son centros de información turística aquellos en los que se presten los siguientes servicios: información general sobre la zona y las actividades que en ella se pueden desarrollar, así como específica sobre los espacios naturales protegidos y sobre actividades de senderismo u otras de disfrute de la naturaleza, orientación topográfica, facilitando mapas y planos, asesoramiento general sobre precios y calidades de artículos y servicios turísticos, asesoramiento sobre los derechos del usuario turístico y recepción de quejas y reclamaciones.

*Cantabria*⁷⁰. Aquellos que tienen por objeto facilitar al usuario de forma habitual, profesional y técnica, información relacionada con el alojamiento, transporte, servicios turísticos, espectáculos, excursiones, monumentos, fiestas, actividades culturales u otras actividades relativas al turismo y al ocio.

*Castilla-La Mancha*⁷¹ y *Castilla y León*⁷². Aquellas que facilitan al usuario de forma habitual información relacionada con el transporte, alojamiento, servicios, monumentos, espectáculos y otras actividades relativas al turismo y al ocio.

66 ALVARADO (1996: 96-98).

67 La creación de Oficinas de turismo y la mejora de la gestión y potenciación de las existentes es una de las actuaciones básicas previstas tanto en los Planes de Excelencia como en los Planes de Dinamización Turística.

68 Artículo 22.1 de la Ley andaluza.

69 Artículo 67 de la Ley canaria.

70 Artículo 32 de la Ley cántabra.

71 Artículo 42 de la Ley castellano-manchega.

72 Artículo 43 de la Ley castellano-leonesa.

*Madrid*⁷³. Se consideran Oficinas de Turismo aquellas dependencias abiertas al público que, con carácter habitual, facilitan al usuario orientación, asistencia e información turística.

*La Rioja*⁷⁴. Se entiende por Oficina de Turismo, el establecimiento turístico abierto al público que, con carácter habitual, presta un servicio turístico consistente en facilitar al usuario orientación, asistencia e información turística. Las Oficinas de Turismo ejercerán sus actividades de información de forma objetiva, personalizada, ágil, veraz y completa, orientando a los usuarios acerca de los servicios que les sean requeridos.

*País Vasco*⁷⁵. Se entiende por Oficinas de Información Turística, las dependencias o espacios en los que se prestan de manera bien permanente bien temporal un servicio consistente en facilitar al usuario orientación, asistencia e información turística.

Concepto doctrinal: atención al turista. La Oficina de Turismo es aquella institución que tiene por objeto la atención al turista⁷⁶ procurándole todo tipo de información (general, empresas y actividades turísticas, estatuto del turista, recursos turísticos y organización administrativa), protegiéndole como consumidor, así como la promoción y fomento del turismo. El concepto de “calidad” en la promoción de servicios está altamente relacionado con la satisfacción de las expectativas de los clientes, que depende en gran medida del tipo de atención personal que recibe. En la prestación de servicios, la atención personal es clave para que el cliente perciba la calidad. Ofrecer un buen producto o una información adecuada con una actitud, seguramente va a provocar en el cliente una imagen también negativa del servicio recibido. La calidad en el servicio, por tanto, depende en gran medida de las personas, de su cualificación, de sus habilidades y de su actitud⁷⁷.

3.3. Requisitos Mínimos

Solo las Comunidades Autónomas de La Rioja y País Vasco regulan con especial detalle los requisitos mínimos y equipamiento de las Oficinas de Turismo.

*La Rioja*⁷⁸. Las Oficinas de Turismo han de disponer, como mínimo, de un espacio de atención al público y de una zona dedicada a exposición de material, bien diferen-

73 Artículo 20.1 de la Ley madrileña.

74 Artículos 211 y 212 del Reglamento Turístico de la Rioja (Decreto 111/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de Turismo de La Rioja).

75 Artículo 4 del Decreto 279/2003, de 18 noviembre, por el que se crea la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK.

76 La Ley de Turismo de Cantabria ordena que las Oficinas de Turismo adaptarán su horario y actividad para dar un adecuado servicio a la demanda turística existente (artículo 50.6).

77 ABELLÁN, GARCÍA, LACOMBA y RAMOS (2000: 899).

78 Artículos 215, 216 y 217 del Reglamento Turístico de la Rioja (Decreto 111/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de Turismo de La Rioja).

ciados al objeto de facilitar las tareas de información y consulta. Los titulares de las Oficinas de Turismo tendrán las siguientes obligaciones: *a)* Exhibir de manera visible en el exterior del inmueble el distintivo oficial; *b)* Prestar sus servicios sin ningún tipo de discriminación por razón de discapacidad, nacimiento, lugar de procedencia, raza, sexo, religión, opinión u otra circunstancia personal o social; *c)* Abstenerse de prestar información sobre los servicios o establecimientos turísticos que no hayan sido autorizados por la consejería competente en materia de turismo; *d)* Tener hojas de quejas y reclamaciones a disposición de los usuarios que las soliciten, con el fin de consignar en ellas las quejas que deseen formular sobre su funcionamiento; *e)* Remitir a la consejería competente en materia de turismo, dentro del plazo que ésta determine, los datos que les sean solicitados con el fin de elaborar las estadísticas del sector y de actualizar y mejorar los contenidos de las bases de datos que, sobre información turística, elabore la consejería; *f)* Facilitar el ejercicio de la actividad inspectora de la Administración; *g)* Aquellos otros que se determinen en desarrollo reglamentario.

*País Vasco*⁷⁹. El espacio interior de las Oficinas de Información Turística adheridos a la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK tendrá que disponer de diferenciación de zonas para los diferentes servicios prestados y cada una de estas deberá estar suficientemente amueblada y señalizada. En caso de compartir espacio con otro servicio, tendrá que estar diferenciado e identificado. Deberá adecuarse además a las siguientes *características*: *a)* La zona de atención y consulta dispondrá de una zona de atención rápida y otra de atención personalizada; *b)* La zona de autoservicio ha de estar dotada de mobiliario para la exposición del material que permitan el acceso, el orden y la identificación fáciles; *c)* La zona de exposición ha de tener motivos decorativos y elementos referentes a los atractivos y oferta del destino; *d)* Dispondrá de una zona de trabajo interno; *e)* Dispondrá de una zona de almacén suficiente.

*3.4. Las Oficinas de Turismo y la Información Administrativa y Atención al Ciudadano*⁸⁰

Además de los mecanismos que se integran en lo que se denominan los servicios de información al ciudadano, conviven junto a los mismos unos instrumentos específicos de información y protección del turista, que también le atiende en su vertiente de administrado. La *principal conexión* existente hasta el momento entre ciudadanos, en su cualificación de turistas, y Administraciones Públicas son las Oficinas de Turismo, que desarrollan su función informativa, desde la proximidad al ciudadano-turista-consumidor, especialmente significativo en el ámbito local a través de las Oficinas Municipales de Turismo. *Este tipo de oficinas son una variante de los servicios administrativos de infor-*

79 Artículo 5 del Decreto 279/2003, de 18 noviembre, por el que se crea la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK.

80 VELASCO CABALLERO (1998), GALÁN GALÁN (2000), MIKELARENA (1997: 4 y ss.), NÚÑEZ LOZANO (1996: 283 y ss.).

mación a los ciudadanos, que ostentan una cualificación especial, por razón de la materia sobre la que deben informar. Ello no obsta para que los ciudadanos en su condición de turista o en la de simple ciudadano puedan acudir a este tipo de oficinas a solicitar y recibir cualquier tipo de información relacionada con el turismo. Mas problemática puede resultar la utilización de las Oficinas de Turismo para obtener información de los servicios prestados por las Administraciones Públicas que no tengan nada que ver con el turismo, aunque como tal oficina pública no debería existir ninguna dificultad a tal efecto. Sin embargo, la propia configuración de las Oficinas de Turismo, como un tipo de establecimiento especializado, puede dificultar la obtención de información ajena a la protección de los consumidores. Sin embargo, no debe olvidarse que el ciudadano en cuanto administrado y como usuario de los servicios tiene un doble contacto con las Administraciones Públicas. Por ello, los Planes de Modernización de las Administraciones Públicas y los Sistemas de Información Administrativa tiene en las Oficinas de Turismo un importante instrumento de colaboración que, hasta ahora, no ha sido suficientemente utilizado.

3.5. Coordinación y cooperación: Redes Autonómicas de Oficinas de Turismo

La creación y gestión de Oficinas de Turismo dependientes de cualesquiera Administraciones públicas se ajustará en todo caso a criterios de coordinación, cooperación y racionalidad en la distribución geográfica de las mismas. Las Administraciones Autonómicas regularán la creación de Oficinas de Turismo, atendiendo a criterios de eficacia, eficiencia y de mayor proximidad a los turistas. La Administración Autonómica, sin perjuicio del principio de autonomía municipal, podrá proporcionar material promocional, impulsar mecanismos de coordinación y facilitar para la implantación de las ayudas necesarias a los entes locales en esta materia⁸¹. Se contempla, por tanto, la aplicación del principio de coordinación⁸² y cooperación administrativa⁸³

81 Artículos 32. 2 de la Ley cántabra, 42.2 de la Ley castellano-manchega, 43.2 de la Ley castellano-leonesa y 50.2 de la Ley murciana.

82 Especialmente interesante, el número monográfico de *Documentación Administrativa* (nº 230-231) dedicado al principio de coordinación, con artículos de M. SÁNCHEZ MORÓN, L. ORTEGA, E. ALBERTI ROVIRA, L. MORELL OCAÑA, J. RUIZ-HUERTA y A. MENENDEZ REXACH, entre otros.

83 Especialmente interesante, el número monográfico de *Documentación Administrativa* (nº 240) dedicado al principio de coordinación, con artículos de A. MENÉNDEZ REXACH, L. MORELL OCAÑA, J. TORNOS, A. JIMÉNEZ-BLANCO, E. ALBERTI ROVIRA, J.L. RIVERO YSERN, J.M. RODRÍGUEZ DE SANTIAGO, F.J. JIMÉNEZ DE CISNEROS, J. BERMÚDEZ, A. DE MARCOS, entre otros.

3.6. La Red Tourist Info de la Comunidad Valenciana⁸⁴

Un ejemplo que debemos destacar es la *Red Tourist Info* de la Comunidad Valenciana. Es un modelo integrado de funcionamiento de las Oficinas de Información Turística. Es un ejemplo modélico que está empezándose a extender a otras Comunidades Autónomas. Veamos, los principales aspectos de este modelo autonómico de integración de oficinas locales y mancomunadas.

Concepto y Objetivo. La “Red Tourist Info” es la red de oficinas de información turística de la Comunidad Valenciana, impulsada y gestionada por la Generalitat Valenciana, a través de la Agència Valenciana del Turisme, con la colaboración de las Administraciones Locales. El objetivo prioritario de la “Red Tourist Info” es la coordinación y vertebración de la política turística en materia de creación y prestación de servicios de acogida e información dirigidos a los turistas que visitan la Comunidad Valenciana.

Características. La “Red Tourist Info” se caracteriza por ser un sistema homologado de atención al público, claramente identificado a través de la imagen corporativa de la Red –vinculada a la marca Comunidad Valenciana–, presente en la rotulación, señalización y decoración de las oficinas. Regido por criterios profesionales de calidad de servicio y de atención personalizado al usuario, va más allá de lo que es un sistema de información turística, constituyendo un sistema integral de servicios post-venta y acogida. Las oficinas de información turística juegan un papel fundamental en las estrategias de fidelización del turista al destino a través de la oferta de servicios post-venta, ya que en ellas se produce el encuentro personal y directo entre nuestros visitantes y los centros receptores. La eficacia en el servicio y la calidez en la atención es, en muchos casos, decisiva para garantizar el disfrute de la estancia y fomentar el retorno de nuestros visitantes.

3.7. La Red de Oficinas de Turismo de La Rioja⁸⁵

Concepto. Es el sistema integrado por oficinas de turismo de titularidad pública y privada mediante el cual, la Consejería competente en materia de turismo garantiza la prestación de un servicio de información turística homogéneo y la calidad necesaria para potenciar la imagen turística de La Rioja.

Creación y composición. Se crea la Red de Oficinas de Turismo de La Rioja, integrada por: a) Las oficinas de información turística y los puntos de información turística de la Administración de la Comunidad de La Rioja o de la Sociedad de Desarrollo Turístico, SODETUR, S.A.; b) Las oficinas de información turística y los puntos de información

84 ABELLÁN, GARCÍA, LACOMBA y RAMOS (2000: 895).

85 Artículos 218 a 221 del Reglamento Turístico de la Rioja (Decreto 111/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de Turismo de La Rioja).

turística cuya titularidad sea ostentada por entidades locales o por Asociaciones para el Desarrollo Turístico y se integren en la Red.

Efectos de la integración. Los titulares de las oficinas de turismo y de los puntos de información turística integrados en la Red de Oficinas de Turismo de La Rioja, tendrán derecho a la obtención de los beneficios que se indican a continuación, en los términos que en cada caso se determinen por la consejería competente en materia de turismo: *a)* Acceso a cursos de formación y reciclaje para el personal que atienda las citadas oficinas, así como recibir asesoramiento en la gestión de la información y promoción del producto turístico de su zona; *b)* Figurar en los folletos de promoción turística que elabore la Administración autonómica o las entidades de derecho público o privado dependientes de la misma; *c)* Obtener, para su distribución posterior, material promocional turístico elaborado por la consejería competente en materia de turismo y por las entidades de derecho público o privado dependientes de la misma y estar incluida en los servicios de información telemática que implementen aquéllos; *d)* Utilizar el distintivo oficial determinado en el anexo de este Reglamento; *e)* Recibir asesoramiento de la Administración autonómica o de las entidades dependientes de la misma para una mejor prestación del servicio y gestión de la oficina; *f)* Obtener subvenciones de la Consejería competente en materia de turismo para equipamiento y funcionamiento en los términos que ésta establezca.

3.8. La Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK⁸⁶

Objeto. La creación de la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK, tiene como finalidad de proporcionar a los usuarios una información turística uniforme, actualizada y homogénea desde cualquiera de los Servicios de Información Turística integrados en la Red así como la regulación del procedimiento y condiciones de adhesión a la misma.

Obligaciones de los titulares de Oficinas y Puntos de Información Turística integrados en la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK. Los titulares de Oficinas y Puntos de Información Turística integrados en la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK se comprometen a colaborar en la consecución de los objetivos, metas y

86 Artículos 1 a 14 del Decreto 279/2003, de 18 noviembre, por el que se crea la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK. El objeto del Decreto, es la creación de la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK, con la finalidad de proporcionar a los usuarios una información turística uniforme, actualizada y homogénea de toda la Comunidad Autónoma de Euskadi desde cualquiera de los Servicios de Información Turística, prestándose así un servicio de información turística global del destino Euskadi. La Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK contará con una serie de servicios entre los que destacan las bases de datos de recursos y servicios turísticos de Euskadi, con el fin de posibilitar entre ellas el intercambio y comunicación en sus respectivas funciones, dotar a éstas de unas características homogéneas en cuanto a su cobertura y contenido informativo, ofrecer a los usuarios turísticos un conjunto integral de servicios, mejorar el grado de satisfacción de los mismos e impulsar la comunicación y difusión de los recursos turísticos del País Vasco.

funciones de la Red, proponiendo mejoras y participando en los programas o acciones que se vayan ejecutando. Específicamente, se comprometen a:

1.- Ejercer sus actividades de información de forma objetiva, personalizada, ágil, veraz y completa, orientando a los turistas y usuarios acerca de los servicios de toda la Comunidad Autónoma de Euskadi prestándose un servicio de información turística global del destino Euskadi.

2.- Disponer de información documentada de la totalidad de los recursos y atractivos turísticos de Euskadi.

3.- Dar, en el ejercicio de sus actividades y a petición de los turistas y usuarios, información turística complementaria así como la que dispongan de otras Comunidades Autónomas.

4.- Realizar asesoramiento general y no vinculante de precios, plazas y condiciones de los establecimientos, actividades y servicios turísticos.

5.- Sostener económica y materialmente la Oficina de Información Turística y/o Punto de Información Turística, afrontando los gastos corrientes y de personal precisos para el adecuado funcionamiento de los mismos.

6.- Mantener una adecuada calidad en la prestación de sus servicios y en el desarrollo de sus funciones, observando unos criterios de funcionamiento (infraestructura, horarios, periodos, etc.) adaptados a los establecidos para el conjunto de la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK y cuantas actuaciones se desarrollen por parte de la Red en materia de calidad.

7.- Disponer de personal al frente de la Oficina con el perfil profesional adecuado, y con la estabilidad laboral suficiente para dar continuidad a las diferentes tareas de la oficina, todo respetando la autonomía en su política de contratación de personal.

8.- Conceder los permisos oportunos al personal de la Oficina para participar en la definición de los contenidos de los distintos servicios de la Red, así como en las acciones, programas o cursos, derivados de la puesta en marcha de esos servicios.

9.- Colaborar con el diseño de las bases de datos turísticas de la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK disponiendo de un sistema informático adecuado al funcionamiento y utilización de aquella, alimentar y mantener las mismas, aportando toda la información de su ámbito geográfico necesaria para la creación y mantenimiento así como a colaborar en los diferentes servicios que se establezcan desde la misma.

10.- Consultar con el Gobierno cualquier instalación o utilización de otras bases de datos turísticas o herramienta informática distinta.

11.- Aportar su experiencia y conocimiento en aquellas cuestiones que les sean solicitadas y que precisen ser especialmente impulsadas en el desarrollo de la Red Vasca de Oficinas de Turismo-ITOURBASK.

12.– Aportar datos, estadística u otra información relativa al uso de los servicios de la oficina, así como recopilar datos para la posterior confección de estadísticas.

13.– Elaborar y/o difundir agendas que contengan acontecimientos y actividades lúdicas culturales y de ocio.

14.– Recibir sugerencias.

15.– Deberán tener “Hoja de reclamaciones” y ponerlas a disposición de los usuarios turísticos que las soliciten.

16.– Cuantas otras de preceptivo cumplimiento se les puedan fijar por ésta u otra disposición de carácter general.

3.9. Funciones

La mayoría de las legislaciones autonómicas turísticas no regulan detalladamente las funciones que deben desempeñar las Oficinas de Turismo. En cambio, el artículo 214 del Reglamento Turístico de La Rioja establece que las Oficinas de Turismo desarrollarán las siguientes funciones:

a) *Distribución* de folletos, planos o cualquier otro material relativo a la oferta turística, así como atención personalizada a requerimiento del usuario.

b) *Información* de forma objetiva e imparcial de direcciones y precios de los establecimientos turísticos y otras actividades, servicios o puntos de interés para los visitantes.

c) *Informar* sobre los recursos turísticos existentes en su ámbito territorial.

d) *Informar* al turista sobre el adecuado ejercicio de sus derechos como usuario de los servicios turísticos y recibir, en su caso, quejas y reclamaciones. Asimismo, tendrán que ofrecer información sobre la existencia del Teléfono del Consumidor, y de la Junta Arbitral de Consumo de La Rioja.

e) *Vender* publicaciones sobre temas turísticos de la Comunidad, así como otros artículos u objetos demandados por los turistas, siempre que se cumplan las obligaciones establecidas por la normativa vigente.

f) La *realización* de cualquier otra actividad complementaria de las anteriores que suponga proporcionar facilidades a los turistas o signifique un beneficio para el desarrollo del sector turístico a cualquier nivel.

g) Las *actividades* de promoción, investigación y animación que consideren convenientes, en el marco de la normativa vigente.

Dichas funciones que desarrollan las Oficinas de Turismo pueden sistematizarse de la siguiente manera⁸⁷:

- a) Función de Información
- b) Función de protección del turista
- c) Función de Promoción y Fomento del Turismo
- d) Función de colaboración en la tramitación y gestión de los Planes Turísticos

VII. Los instrumentos de fomento del turismo

1. Apoyo a la formación turística

Las Administraciones Autonómicas propiciarán la unificación de criterios en la programación de los estudios de formación reglada y ocupacional del sector turístico y promoverá el acceso a la formación continua de los trabajadores ocupados del sector. Asimismo, apoyarán la formación turística destinada a la adquisición de nuevos conocimientos y tecnologías⁸⁸.

2. Estímulo a nuevas ofertas turísticas y mejora de su competitividad

Andalucía. Los Programas de Recualificación de Destinos son aplicables a aquellas comarcas y áreas territoriales que se vean afectadas por desequilibrios estructurales derivados del rápido crecimiento, de la fragilidad territorial o que soporten un nivel excesivo de densidad turística con criterios de recuperación ambiental, de mejora de la calidad, de dotación de infraestructuras y aquellos otros criterios orientados a establecer el equilibrio estructural⁸⁹.

Extremadura. Son fines de la Ley de Turismo de Extremadura, entre otros, los siguientes: regulación de la oferta turística mediante la corrección de las deficiencias de infraestructura, la elevación de la calidad de los servicios, instalaciones y equipos turísticos, armonizándola con las actuaciones urbanísticas de la ordenación territorial y la conservación del medio ambiente⁹⁰ y la planificación y acomodación de la oferta

87 Nos ha sido de gran utilidad la obra de Laura SANDIN MORA, *Oficina de Turismo de Hoyos. Memoria y dossier de actividades. 1998-1999* ("1 año de información y promoción de nuestra tierra y de nuestras gentes"), Hoyos, 1999 (obra inédita).

88 Artículo 45 de la Ley cántabra.

89 Artículo 17 de la Ley andaluza.

90 Artículo 3.1 de la Ley extremeña.

turística a las exigencias de la demanda actual y potencial, adoptando las medidas precisas para mantener un adecuado nivel de la promoción en cada momento⁹¹.

*Baleares*⁹². Los planes de ordenación de la oferta turística (POOT) y, en su caso, los planes territoriales parciales (PTP), pueden establecer:

- la densidad global máxima de población,
- delimitar zonas turísticas y de protección y fijar su tamaño y características,
- establecer parámetros mínimos de superficie, volumetría, edificabilidad y equipamientos,
- señalar excepciones que por su ubicación o características especiales así lo aconsejen,
- determinar estos parámetros respecto de las zonas residenciales colindantes con las turísticas.

*Canarias*⁹³. Se llevarán a cabo programas de fomento específicos para los siguientes sectores:

- Turismo rural, senderismo y atractivos medioambientales; con el fin de fomentar la responsabilidad ecológica y rehabilitar edificios o senderos rurales de especial valor, en coordinación con la administración competente en la gestión relacionada con la conservación de la naturaleza.
- Turismo de incentivos, convenciones y congresos; promoviendo palacios de exposiciones y congresos y adaptando los establecimientos de la zona de influencia a este tipo de turismo.
- Turismo interior, fomentando los desplazamientos interinsulares.
- Turismo deportivo, especialmente el que relacione al usuario con los atractivos naturales de Canarias.
- Cualquier otro que se adapte al cambiante mercado turístico.

*Castilla y León*⁹⁴. El Plan de Turismo de Castilla y León se desarrollará a través de los programas ejecutivos que resulten necesarios y, en todo caso, los siguientes:

- 1) Programas de diversificación de la oferta turística.
- 2) Programas de calidad de la oferta turística.
- 3) Programas de formación turística.

91 Artículo 3.3 de la Ley extremeña.

92 Artículo 5.1 de la Ley balear.

93 Artículo 54 de la Ley canaria.

94 Artículo 38-42 de la Ley castellano-leonesa.

4) Programas de promoción y difusión turística.

*Madrid*⁹⁵. Uno de los objetivos que se persiguen a través de las medidas de fomento son es la diversificación de la oferta turística y promoción de los productos turísticos de la región, tales como:

- Turismo cultural.
- Turismo de ocio.
- Turismo de ferias, convenciones y congresos.
- Turismo de negocios.
- Turismo rural.
- Turismo activo.
- Turismo gastronómico.

3. Subvenciones

Las Administraciones Autonómicas podrán establecer líneas de ayuda y otorgar subvenciones a empresas turísticas, Corporaciones Locales y a otras entidades y asociaciones como medidas para estimular la realización de las acciones fijadas en los programas de promoción y fomento del turismo⁹⁶. La concesión de subvenciones y apoyos respetará los principios de publicidad, concurrencia y objetividad, así como las normas generales sobre la libre competencia y sin perjuicio de la normativa de la Unión Europea⁹⁷. En Canarias, se elaborará y pondrá en acción programas de fomento en los que, a través de subvenciones, se estimule:

- La fusión y concentración de empresas y los programas de acción conjunta tendentes a mejorar la productividad mediante la disminución de costes, prestaciones de servicios en común u otros medios análogos.
- La modernización de empresas, en cuanto implique renovación de las instalaciones, adquisición de nuevos equipamientos o actualización de sistemas obsoletos.
- El saneamiento de las empresas que lo precisen, por actuación sobre su estructura financiera o cualquier otro tipo de apoyo legítimo.
- La difusión de manifestaciones culturales propias de Canarias.

95 El artículo 47.1 de la Ley madrileña.

96 Artículo 45. 1 de la Ley castellano-leonesa, 44.1 de la Ley castellano-manchega, 74 de la Ley gallega, 48 de la Ley madrileña.

97 Artículo 52.2 de la Ley canaria, 45.2 de la Ley castellano-leonesa, 44.2 de la Ley castellano-manchega, 74 de la Ley gallega.

- Cualesquiera otras acciones relativas a la oferta turística que el Gobierno estime merecedoras de apoyo público.

4. Fiestas de Interés Turístico

*Cantabria*⁹⁸. Se otorgará a aquellas fiestas o acontecimientos que se celebren en la Comunidad Autónoma de Cantabria, ofrezcan interés real desde el punto de vista turístico y supongan manifestaciones de valores culturales y de tradición popular con atención a sus características etnológicas, teniéndose especial consideración a la antigüedad de la fiesta, su continuidad en el tiempo, su originalidad y la diversidad de sus actos.

*Murcia*⁹⁹. Para la concesión de las denominaciones «Fiestas de interés turístico regional» y de «Fiestas de excelencia turística» se valorará alguno de los siguientes criterios:

- Peculiaridad o singularidad del acontecimiento festivo en el conjunto de la oferta nacional de fiestas.
- Repercusión nacional o internacional del evento.
- Afluencia de visitantes o participación ciudadana.
- Programa del festejo, incluidos actos complementarios.
- Promoción realizada del acontecimiento festivo.
- Interés desde el punto de vista de la promoción del sector turístico regional.

5. Premios

La política turística debe contar necesariamente con una serie de actuaciones en materia de premios. Así, en Murcia, se podrán establecer anualmente la convocatoria de «Premios al Turismo Región de Murcia», en las siguientes modalidades¹⁰⁰: Premio Periodístico y de Comunicación; Premio a Empresas Turísticas y Productos Turísticos; Premio a Profesionales del Sector. En Extremadura, por Decreto 21/2002, de 26 de febrero, se crean los premios “Extremadura de Turismo” y “Extremadura: Excelencia y Calidad Turística”. El premio “Extremadura del Turismo” se crea con las siguientes modalidades: Innovación turística, Promoción turística y Trayectoria profesional turística. El Diploma “Excelencia y Calidad turística” se crea con las siguientes modalidades: Establecimiento de Alojamiento turístico, Establecimiento de Restauración, Actividad de prestación de servicios turísticos y Entidades, instituciones o empresas relacionadas con el sector turístico.

98 Artículo 43 de la Ley cántabra.

99 Artículo 54 de la Ley murciana.

100 Artículo 55 de la Ley murciana.

6. Denominaciones geoturísticas

*Cantabria*¹⁰¹. Aquellas áreas concretas y determinadas, localidades, Términos Municipales o Comarcas que, por sus especiales características, se considere oportuno para la actividad turística de la citada zona.

*Castilla-La Mancha*¹⁰². Aquellos itinerarios turísticos o rurales, a áreas concretas, y determinadas localidades, términos municipales o comarcas, que por sus especiales características se considere oportuno para la actividad turística de los citados itinerarios o zonas. Una vez creados, se procederá a aprobar la elaboración de planes integrales de aprovechamiento de sus recursos turísticos, a propuesta de la Consejería competente en materia de turismo.

*Castilla y León*¹⁰³. En el Registro de Distintivos Geoturísticos de Castilla y León se inscribirán en él las denominaciones y signos que identifiquen: un espacio o itinerario turístico, o su oferta como conjunto; alguno o algunos de los recursos turísticos de dichos espacios o itinerarios; alguno de los servicios turísticos de los mencionados espacios o itinerarios.

*Murcia*¹⁰⁴. Aquellos lugares, pueblos, villas, ciudades, costas, sierras o comarcas turísticas de la Región de Murcia de cuyas denominaciones se realice propaganda turística.

VIII. Bibliografía

ABELLÁN, M. J., GARCÍA, F., LACOMBA, M. J. y RAMOS, M. T. (2000), “La *Red Tourist Info*: un modelo organizativo e innovador para la formación continua de los informadores turísticos, mediante el uso de la nuevas tecnologías”, en D. BLANQUER, *Turismo. Municipios turísticos. Tributación y contratación empresarial. Formación y gestión del capital humano. III Congreso Universidad y Empresa*, Valencia.

BARRERO RODRÍGUEZ, C. (1990), *La ordenación jurídica del Patrimonio Histórico*, Madrid.

BLANCO HERRAIZ, F. J. (1999) “Alternativas legislativas para la planificación territorial del turismo en España”, en TUDELA ARANDA, J., *Régimen jurídico de los recursos turísticos*, Zaragoza.

BLANQUER, D. (2002), *Ordenación y gestión del territorio*, Valencia.

101 Artículo 40.1 de la Ley cántabra.

102 Artículo 47.1 de la Ley castellano-manchega.

103 Artículo 49.1 y 2 de la Ley castellano-leonesa.

104 Artículo 53 de la Ley murciana.

- BOUAZZA ARIÑO, O. (2006), *Ordenación del territorio y turismo*, Barcelona.
- BOUAZZA ARIÑO, O. (2007), *Planificación turística autonómica*, Madrid.
- CALLIZO, J. y LACOSTA, A. J. (1999), “Un estudio tipológico de los recursos turísticos”, en J. TUDELA ARANDA, *Régimen jurídico de los recursos turísticos*, Zaragoza.
- CORCHERO y A. HERNÁNDEZ TORRES, A. (2004), “Territorio, urbanismo y planificación turística en Extremadura”, en E. SÁNCHEZ GOYANES (Director) y M. CORCHERO (Coordinador), *Derecho Urbanístico de Extremadura*, La Ley-El Consultor de los Ayuntamientos, Madrid, págs. 1215-1278;
- CORCHERO, M., (2005a), *La Organización Administrativa del Turismo en la Comunidad Autónoma de Extremadura*, URBACORP Departamento de Investigación y Publicaciones, Gata.
- CORCHERO, .M. (2007a), *Las Oficinas de Turismo*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.
- CORCHERO, M y SANDÍN MORA, L. (2003b), *Introducción al Derecho Turístico de Extremadura*, Editorial Atelier, Barcelona.
- CORCHERO, M. y MARTÍNEZ-PEREDA SOTO, M. (2007), “Los instrumentos de ordenación turística”, en M. CORCHERO (Director), *Derecho Urbanístico de Extremadura, Tomo I, Planeamiento Urbanístico*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.
- CORCHERO, M. (2005b), *Las Oficinas de Información al Consumidor*, Junta de Extremadura, Mérida.
- CORCHERO, M. (2005c), *Las Oficinas de Turismo*, URBACORP Departamento de Investigación y Publicaciones, Gata.
- CORCHERO, M. (2006), “La protección del turista como consumidor: derechos y obligaciones del usuario turístico”, *Revista Aragonesa de Administración Pública*, núm. 28, págs. 511-545.
- CORCHERO, M. (2007b) “Las Oficinas de Turismo: concepto, organización y funciones”, *Revista Aragonesa de Administración Pública*, núm. 30, págs. 371-396.
- CORCHERO, M. y SANDÍN MORA, L. (2001), “El derecho a la información de consumidores y usuarios. Especial referencia a las Oficinas de Información del Consumidor”, *Actualidad Administrativa*, núm. 5, págs. 103-143.
- CORCHERO, M. y SANDÍN MORA, L. (2002d), “Turismo y Administración Local”, *El Consultor de los Ayuntamientos y de los Juzgados*, núm. 20, págs. 3310-3330.
- CORCHERO, M. y GRANDE MURILLO, A. (2007b), *La Protección de los Consumidores*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.

- CORCHERO, M. y GRANDE MURILLO, A. (2007a), *Las Oficinas Municipales de Información al Consumidor*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.
- CORCHERO, M. y L. SANDÍN MORA, L. (2002a), “Turismo y Patrimonio Histórico y Cultural. Especial referencia a la Comunidad Autónoma de Extremadura”, en D. BLANQUER (Director), *IV Congreso de Turismo Universidad y Empresa. La diversificación y desestacionalización del sector turístico*, Tirant Lo Blanch, Valencia, págs. 377-405.
- CORCHERO, M. y SANDÍN MORA, L. (2002b), “Régimen jurídico-administrativo de la empresa turística. Especial referencia a la Comunidad Autónoma de Extremadura”, *Actualidad Administrativa*, núm. 24, págs. 673-717.
- CORCHERO, M. y SANDÍN MORA, L. (2003a), “Infracciones y sanciones turísticas en la legislación de Extremadura”, *El Consultor de los Ayuntamientos y de los Juzgados*, núm. 5, págs. 892-920;
- CORCHERO, M., y SANDÍN MORA, L., (2002c), “La regulación de los recursos turísticos. Especial referencia a la Comunidad Autónoma de Extremadura”, *Actualidad Administrativa*, núm. 47-48, págs. 1289-1325.
- CORCHERO, M., (2008), *Derecho del Turismo. Conceptos fundamentales*, Iustel, Madrid.
- FERNÁNDEZ DE GATTA, D. (1999), “La protección del Patrimonio Histórico en la legislación autonómica”. Publicados ambos en la revista *Patrimonio Cultural y Derecho*, 3.
- GALÁN GALÁN, A. (2000), *Comunicación pública. La información administrativa al ciudadano*, Madrid.
- GALLARDO CASTILLO, M. J. (1996), “La Ordenación Jurídico-Administrativa del Turismo”, *Revista Andaluza de Administración Pública*, 25.
- GARCÍA MACHO, R.. (2000), “La legislación turística: naturaleza jurídica; relaciones entre derecho estatal, autonómico y local”, en R. GARCÍA MACHO, A. RECALDE CASTELLS y M.V. PETIT LAVALL, *Lecciones de Derecho del Turismo*, Valencia.
- GUILLEN GALINDO, M. A. (1999), “La distribución de competencias en materia turística entre el Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales. Especial referencia a la Comunidad Valenciana”, en D. BLANQUER, *Turismo. Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial. I Congreso Universitario de Turismo*, Valencia.
- GARCÍA SAURA, P. J. (2007), *Desarrollo sostenible y turismo*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor.
- LENO, E., (1993), *Técnicas de evaluación del potencial turístico*, Madrid.

- LÓPEZ BRAVO, C. (1999), “Los bienes culturales en el Derecho estatal y autonómico de España”, revista *Patrimonio Cultural y Derecho*, 3.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1998), *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*, Castellón.
- MIKELARENA, F., (1997), “Las oficinas de información administrativa”, *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 10.
- NÚÑEZ LOZANO, M. C. (1996), “Los servicios de información administrativa y atención al ciudadano”, *Revista Andaluza de Administración Pública*, 28.
- PÉREZ GUERRA, R. y CEBALLOS MARTÍN, M. M. (1996), “A vueltas con el régimen jurídico-administrativo de la distribución de competencias en materia de turismo y de otros títulos que inciden directamente sobre el mismo: el ejercicio de competencias turísticas por la Comunidad Autónoma Andaluza”, *Revista Andaluza de Administración Pública*, nº 27.
- PÉREZ MORENO, A. (1991), “El postulado constitucional de la promoción y conservación del patrimonio histórico artístico”, en *Estudios sobre la Constitución española*, II, Madrid.
- ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M^a. M. y PÉREZ GUERRA, R. (1998), *La regulación jurídica del turismo en España*, Almería.
- SALGADO CASTRO, A. (1996), “La distribución de competencias en materia de turismo”, *Revista Aragonesa de Administración Pública*, nº 9, págs. 319 y ss.
- SÁNCHEZ LOMBA, F. (1998), *Actas II Jornadas sobre Turismo de Embalses*, Castuera.
- SOLA TEYSSIERE, J. (2005), *Ordenación territorial y urbanística de las zonas turísticas*, Sevilla.
- TUDELA ARANDA, J. (1996), “Hacia un nuevo régimen jurídico del turismo: la reciente legislación autonómica”, *Revista Vasca de Administración Pública*, 45-I, págs. 291 y ss.
- TUDELA ARANDA, J. (1999), *Régimen jurídico de los recursos turísticos*, Zaragoza.
- TUDELA ARANDA, J., (1999a), “El significado y función de los recursos turísticos”, en J. TUDELA ARANDA, *Régimen jurídico de los recursos turísticos*, Zaragoza, págs. 201 y ss.
- VELASCO CABALLERO, F. (1998), *La información administrativa al público*, Madrid.

