



La actividad económica del turismo en el medio rural.

La experiencia de casi dos décadas de oferta creciente y novedosa en Aragón

Rafael Arnáiz Ortiz
Economista

Modificaciones en los comportamientos de la demanda

En las últimas décadas la planificación para el desarrollo integral del medio rural en España y, tal vez con mayor intensidad en Aragón, incluye de forma generalizada la implantación de actividades terciarias en estas áreas geográficas, en especial las de tipo turístico. Ello es consecuencia, por un lado, de la pérdida de peso específico de la agricultura y la ganadería en amplios espacios rurales, surgiendo la necesidad de crear otras fuentes alternativas o complementarias de riqueza que mantengan a la población en su medio, a la vez que se utiliza el territorio disponible y, por otro lado, a los cambios habidos en la demanda turística, en sus comportamientos, como consecuencia de la ampliación del abanico de motivaciones para viajar por parte de los consumidores, que de forma cuantitativamente creciente programan sus vacaciones buscando otros destinos y productos diferentes de los tradicionales, y masificados, de sol y playa.

Conviene remarcar que la diferenciación en las motivaciones por las que el ciudadano se decide a emprender un viaje de vacaciones, es una de las características más singulares en el comportamiento del mercado turístico. Ello implica una creciente segmentación de la demanda, a la que se ha ido adaptando la oferta de servicios turísticos, y que tiene su reflejo en la amplia diversidad de posibilidades de utilización de diferentes alojamientos, y realización de actividades alternativas de ocio.

Con este razonamiento se quiere dejar patente que el viajero que decide alojarse en un hotel u hostel pertenece a un segmento de la demanda turística claramente diferenciado de aquel que agrupa a las personas que prefieren instalarse en un camping o en una vivienda de turismo rural. Normalmente, estas preferencias con sus motivaciones correspondientes hacen que la persona que toma una decisión de usar un tipo de alojamiento está desechando otras alternativas. Esta elección viene fundamentada no sólo en razones económicas sino sobre todo en consideraciones personales, por lo que no es conveniente ni exacto relacionar poder adquisitivo con la clase de alojamiento utilizado.

En consecuencia, podemos afirmar que la existencia de una gama diferenciada de alojamientos de ocio no es más que una consecuencia de la adaptación de la oferta para poder cubrir demandas de productos turísticos distintos.

Concepto de turismo rural

Conviene antes de seguir adelante dar alguna orientación sobre lo que entendemos por turismo rural. Una definición generalista, ampliamente aceptada, es la que considera el turismo rural como aquella actividad turística que se lleva a cabo en el hábitat rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, naturaleza y cultura tradicional, alejados del fenómeno de la masificación.

Igualmente, un concepto muy utilizado de oferta de turismo rural es el que considera a esta como el conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio y recursos naturales y arquitectónicos

existentes en zonas de economía predominantemente agrícola (profesor L. Valdés).

No obstante, es necesario precisar que no existe una definición exacta de turismo rural, aunque sí queda claro que es más amplio que el simple concepto de viviendas de turismo rural, ya que para poder llegar a ser producto turístico debe englobar más prestaciones que la del simple alojamiento.

Localización de actividades turísticas en el medio rural

La implantación de nuevas actividades de tipo turístico debe tener en cuenta una serie de factores determinantes para su posible localización armoniosa en el medio rural y, a la vez, considerar que hay unos requisitos necesarios que cumplir para poder transformar la disponibilidad de un potencial turístico en un producto comercializable, es decir, la existencia de un mercado que realmente demande ese producto turístico concreto.

La relación entre población y territorio se plasma en el conjunto de actividades que se asientan en el medio físico, en función de los recursos naturales existentes, factores productivos disponibles y de las infraestructuras que son el medio acondicionado por el hombre.

La adecuación entre territorio y actividades económicas deber ser lo más ordenada posible.

Esta adecuación requiere:

- Localización del área geográfica y definición de los límites en los que puede asentarse una determinada actividad.
- Alta calidad en la adaptación territorio-actividad. El espacio se adapta de forma muy variable para poder acomodar y facilitar actividades económicas.
- Regulación de la intensidad con que se produce la actividad, para minimizar los posibles efectos negativos.
- Capacidad del territorio para contener las infraestructuras y equipamientos necesarios para el desarrollo de la actividad económica.

De forma general podemos afirmar que debe tratarse de aprovechar racionalmente los recursos y potencialidades existentes en una zona, de tal forma que se produzca una identidad entre actividad asentada y aptitud del territorio para acogerla.

Centrándonos más concretamente en el medio rural, dentro de los factores de localización de una actividad turística conviene resaltar dos que son considerados como fundamentales o prerequisites: la accesibilidad y la capacidad de carga.

En primer lugar hay que considerar la accesibilidad, tanto física como de proximidad al mercado. La física analizará en especial las infraestructuras de transporte. La de mercado, la distancia real a los principales centros emisores, es decir a la ubicación de la demanda real y potencial. Es claro que la accesibilidad condiciona el volumen de visitantes.

En segundo lugar debemos analizar la capacidad de carga del territorio, es decir sus posibilidades para absorber la presencia de turistas y de los equipamientos a localizar.

Este concepto de capacidad de carga está ligado a la degradación del medio ambiente, a la saturación de los equipamientos y a la satisfacción de la experiencia turística.

Los efectos socio-económicos derivados de la implantación de actividades turísticas de base rural

Las actividades dedicadas a ofrecer en el mercado productos turísticos de base rural generan una serie de beneficios socioeconómicos en el territorio en que se asientan, de los que vamos a señalar de forma esquemática algunos de ellos. Partimos del supuesto teórico de que la actividad tiene un asentamiento armónico en el territorio. Estos efectos son:

- a) Creación directa e indirecta de empleo y riqueza (rentas salariales, beneficios empresariales e ingresos tributarios) en el mismo medio donde se desarrollan estas actividades.
- b) Utilización extensiva del territorio, aprovechando este factor productivo, manteniéndole en valor y evitando su degradación.
- c) Asentamiento de la población en el medio rural.
- d) Generación de rentas complementarias que permiten el sostenimiento de actividades tradicionales del sector primario.
- e) Surgimiento de empresas locales de iniciativa autóctona, como es el caso en Aragón de las pequeñas empresas dedicadas al turismo deportivo.
- f) Difusión de la cultura propia, incluida la gastronomía.
- g) Arrastre económico del tejido productivo asentado en la zona: comercio, artesanía, servicios diversos, etc.
- h) Posibilita el desarrollo de equipamientos, infraestructuras y servicios colectivos en el área geográfica de referencia.
- i) Aprovecha y permite recuperar y mantener el patrimonio cultural existente en el medio rural.

La experiencia aragonesa: alojamientos rurales, complejos vacacionales, desarrollo rural integrado, turismo deportivo y parques culturales

En el proceso de conversión del potencial turístico en producto turístico en el ámbito rural existen en Aragón diversas experiencias pioneras llevadas a cabo a partir de mediados de la década de los 80 hasta nuestros días.

Se trata aquí de repasar algunas de estas experiencias, señalando de forma esquemática aquellos aspectos más relevantes y singulares de las mismas.

1- Alojamientos Rurales. En 1986 la Diputación General de Aragón regulaba la normativa sobre Viviendas de Turismo Rural, siendo una de las primeras Comunidades Autónomas en hacerlo. La filosofía del Decreto derivaba de la necesidad de favorecer la generación de rentas complementarias a la agricultura, dado que se preveía que la integración de España en las Comunidades Europeas el 1 de enero del mismo año iba a afectar negativamente a los ingresos de los agricultores, en cuanto a los provenientes de actividades encuadradas en el sector primario. Más adelante, en 1997, se modifica la normativa para adecuarla a la evolución del mercado de este tipo de alojamientos, buscando ahora influir en la calidad de los servicios prestados, para que estos superen unos estándares mínimos y estableciendo dos categorías de establecimientos.

El resultado a principios de 2005 es que en Aragón hay un parque de Viviendas de Turismo Rural de 836 casas, con una capacidad de alojamiento de casi 6.000 plazas, lo que nos sitúa entre las primeras Comunidades Autónomas de España en cuanto a oferta de este tipo de establecimientos. La provincia de Huesca acapara el 61% del total de plazas, siguiendo en importancia la provincia de Teruel con cerca del 30%.

Gráfico. Evolución de la oferta de alojamiento en viviendas de turismo rural en Aragón. Años 1991 y 2005

Ámbito territorial	Número de viviendas		Número de plazas	
	1991	2005	1991	2005
HUESCA	145	500	1.024	3.590
TERUEL	53	257	384	1.697
ZARAGOZA	16	79	92	633
ARAGÓN	214	836	1.500	5.920

Fuente: Memorias Estadísticas Anuales. Dirección General de Turismo. DGA.

La demanda de este tipo de alojamientos reglados de oferta legal aragonesa alcanzó durante el ejercicio 2004 un total de casi 96.000 viajeros de los que alrededor de la décima parte procedían del extranjero. Las pernoctaciones causadas por estos visitantes en Aragón sumaron un volumen de algo más de 350.000, de las que el 12% correspondieron a ciudadanos residentes fuera de España. Estas cifras, comparadas con los resultados del año anterior, suponen un incremento del 10% en ambas variables citadas, viajeros y pernoctaciones.

El Instituto Nacional de Estadística cifró en el año 2004 en 8.800 las personas empleadas en estos establecimientos de turismo rural en Aragón. La estancia media alcanzó los 3,4 días por viajero, con un grado de ocupación media por plazas del 20%.

Esta iniciativa ha tenido otros resultados positivos para el medio rural, como ha sido la incentivación del asociacionismo (la primera asociación fue Tural), la difusión de la formación en áreas no urbanas, la creación de centrales de información, etc. Todo ello ha supuesto que Aragón ha jugado un papel dinamizador y de difusión estatal de esta experiencia, al menos durante una etapa reciente, durante la implantación de este tipo de actividades en el resto de España.

Dentro de este campo existe otra iniciativa aragonesa promovida por la Diputación Provincial de Huesca: el Turismo Verde, fundamentalmente las Viviendas de Turismo Verde, aún cuando incluía otro tipo de ofertas rurales. A diferencia de la Vivienda de Turismo Rural, el Turismo Verde se fijó desde el principio en la calidad del producto, creando una central de reservas financiada por la propia institución. En estos momentos ambas figuras están en proceso de fusión.

Las comarcas aragonesas que destacan dentro de la oferta de alojamiento en Viviendas de Turismo Rural, clasificadas por orden de importancia, son: Sobrarbe, La Ribagorza, Gúdar-Javalambre, Sierra de Albarracín, La Jacetania, Matarraña, Hoya de Huesca, Somontano de Barbastro, Maestrazgo, Cinco Villas, Campo de Daroca, Jiloca, Comunidad de Teruel, Alto Gállego.

Todas ellas superan las 100 plazas de oferta. Las dos primeras comarcas citadas sobrepasan cada una las 1.000 plazas, y las tres siguientes están por encima del listón de las 300 plazas en cada espacio comarcal.

2- Complejos vacacionales. Este tipo de actuaciones han tenido en Aragón como primeras promotoras a las centrales sindicales, CC OO, UGT, y CGT, que se han plasmado en la recuperación de tres pueblos abandonados: Morillo de Tou, Ligüerre de Cinca y Ruesta, respectivamente.

Estas actuaciones pioneras en España han supuesto la creación de una oferta turística variada, abierta al mercado, y localizada en el ámbito rural. Los inicios fueron duros, sobre todo para CC OO, como primer impulsor de este tipo de iniciativas, pero los resultados

han ido más allá de lo esperado, tanto en la rehabilitación de los pueblos abandonados, como en la calidad y variedad de la oferta, incluso con el aprovechamiento de masas de agua existentes en el entorno. Otra acción añadida a este tipo de actividades es la de formación, con la creación de escuelas talleres.

En estos momentos existe una cantidad notable de este tipo de iniciativas para recuperar pueblos abandonados liderados por asociaciones de todo tipo: UAGA, Scouts, grupos religiosos, etc.

3- Desarrollo rural integrado. Dentro de las estrategias de desarrollo rural integrado gestionadas por los Grupos de Desarrollo Rural Leader y Proder, el apoyo a toda clase de actividades turísticas emprendidas por promotores empresariales ha tenido un papel fundamental, incardinado con acciones relacionadas con el sector agroalimentario y con la puesta en valor del patrimonio cultural y natural desde comienzos de los años 90.

Así mismo, las acciones formativas han permitido no sólo la sensibilización hacia este sector productivo sino también la cualificación profesional de los promotores, resultando que, después de una década, se ha impregnado en el sector turístico la necesidad de buscar la calidad y la excelencia en las instalaciones y el servicio. En el propio proceso de configuración del desarrollo rural, los Grupos han impulsado la creación de asociaciones empresariales de carácter turístico con base territorial.

4- Turismo deportivo. La existencia de grandes potenciales para la práctica de este tipo de turismo en el medio rural aragonés ha facilitado la creación en la última década de un número elevado de empresas dedicadas a la prestación de este tipo de servicios turísticos complementarios.

Se trata de empresas jóvenes con un dinamismo elevado y promovidas por habitantes de la zona en la mayoría los casos. Esta última característica permite ser optimista en cuanto al conflicto con el medio natural que se puede producir con la práctica de determinadas actividades deportivo-turísticas. Al ser empresas autóctonas, tienen más en cuenta aspectos como la calidad, la seguridad y el respeto al medio ambiente, puesto que saben que el mantenimiento de la "veta turística" en perfectas condiciones es el aseguramiento de su actividad empresarial a largo plazo.

5- Parques culturales. En estos momentos, aparte de la experiencia del Territorio Museo, impulsada por el Grupo de Desarrollo Rural Cider Prepireneo, existe una red de Parques culturales en Aragón que engloba los del Río Martín, Río Vero, San Juan de la Pena, Maestrazgo y Albarracín.

Esta actuación pública está abierta a la creación de nuevos Parques que permitan hacer más tupida la actual red.

Conclusiones o reflexiones derivadas de estas experiencias integradas

1º En primer lugar debe tenerse muy en cuenta la calidad de los equipamientos colectivos y de los servicios que se prestan. Hoy en día la demanda exige unos niveles de calidad cada vez más elevados, por lo que si se quiere estar dentro del mercado hay que atenderse a los requerimientos de la demanda, no olvidando que sin clientela no existe producto.

2º En segundo lugar el movimiento asociativo es imprescindible para acceder al mercado. Una oferta atomizada como la rural requiere una promoción y comercialización conjunta que permita llegar a

este segmento con unos productos completos, superando la masa crítica que se necesita para entrar en el mercado. A la vez, permite obtener unas economías de escala con la consiguiente reducción de costes de gestión y comercialización.

Las centrales de reservas son un ejemplo de actuación conjunta que está dando buenos resultados en este tipo de alojamiento.

3º La comercialización del producto turístico es en muchos casos el problema fundamental para acceder al mercado. Una de las fórmulas con mayor futuro es el uso de Internet, tanto a la hora de promocionar e informar como a la de vender dentro del ámbito turístico.

4º El respeto al medio ambiente es la clave, desde el punto de vista economicista, para mantener productiva la veta que sostiene la actividad económica del turismo en el medio rural. Su agotamiento o deterioro apreciable supondría la desaparición del pilar del recurso turístico y por tanto el declive de la actividad productiva que genera ingresos y que asienta población en el territorio rural.

5º La masificación puede ser el gran riesgo para los productos turísticos de base rural. Las grandes cifras de visitantes que recibe España cada año, cuyo destino principal, no hay que olvidar, es el sol y la playa, deben obviarse cuando estamos hablando de turismo rural, no sólo por utópicas sino también, y sobre todo, por precaución.

6º La implantación de actividades turísticas siempre supone una modificación del medio natural en el territorio en que se asientan. Su intensidad puede ser mayor o menor según el grado de adaptación de la actividad al soporte natural. Esta adaptación está en función de la magnitud de la explotación productiva y del grado de sensibilidad del medio.

Todo depende del respeto a la capacidad de carga del territorio, pero siempre habrá una adaptación o modificación del medio natural.

7º Se trata, en todo caso, de minimizar los efectos negativos y de que los beneficios sociales y económicos repercutan de forma sensible en la población asentada en la zona.

8º Mantener en explotación la veta turística requiere no agotarla, no deteriorarla de forma apreciable, existiendo en algunos casos medidas compensatorias que permiten paliar ciertos efectos negativos del uso turístico del medio rural.

9º Una fórmula para controlar esta adecuación y maximizar los beneficios sociales y económicos que repercuten en la población de la zona es liderar in situ el proceso de localización de actividades turísticas, aprovechando e impulsando las iniciativas locales. Implicar en los proyectos la base humana residente es el mejor método para asegurar el respeto e integración en el medio natural.

Como colofón deberemos recordar que el turismo sostenible es aquel que mantiene el equilibrio entre la actividad asentada y el medio natural que la soporta.