

El turismo rural en la “Montaña Alicantina”. Situación actual y expectativas.

A. Muñoz Prieto

EPSA (Escuela Politécnica Superior de Alcoy). Universidad Politécnica de Valencia (U.P.V.)

F. Polo Garrido

CEGEA (Centro de investigación y Especialización en Gestión de Empresas Agroalimentarias).

Universidad Politécnica de Valencia. Campus de Vera. Apartado 22012. 46071 Valencia.

“... Alcoy se encuentra a dos leguas valle arriba. El trayecto de este día esta lleno de paisajes italianos, pinos mediterráneos, cipreses e higos en el otoño sobre angarillas de caña, entre bosquecillos aterraplanados de almendros. Alcoy está situada en un embudo entre colinas y construida sobre una lengua de tierra enmarcada por dos arroyos.....”

Richard Ford. Manual para viajeros por los Reinos de Valencia y Murcia. Londres 1845

Resumen.

El presente estudio trata de valorar cuales son las expectativas que presenta el sector del turismo rural en un contexto en el que el turismo tradicional parece haber tocado techo, fundamentalmente porque otros países ofertan el producto, (sol y playa), a precios más competitivos, con entornos menos degradados y unos niveles de atención al cliente solo posibles en países con sectores emergentes y tutelados, sino “mimados”, por la propia administración.

En concreto se centra en lo que la denominamos “Montaña Alicantina”, en la que hemos comprendido las comarcas de L’Alcoia y El Comtat.

En un primer apartado se analiza el crecimiento experimentado por los establecimientos rurales, tanto en el ámbito de Comunidad Valenciana, como en las comarcas objeto de estudio, atendiendo tanto al número de establecimientos como al de plazas ofertadas.

El segundo apartado hacemos referencia al marco institucional que ha contribuido de forma notable al crecimiento de la oferta de turismo rural. En concreto el Plan LEADER+ (continuación de los planes LEADER I Y LEADER II), ha sido herramienta básica para dotar estructuras, formación y ayudas económicas. Asimismo los organismos surgidos a su sombra en el ámbito de las comarcas L’Alcoia-Comtat, esencialmente el CEDER Aitana es de igual modo objeto de estudio.

El tercer apartado hace referencia en las estrategias del sector para enfrentarse a un mercado competitivo, creando su propia imagen diferenciada, (Muntanya d’Alacant), asociándose para hacer una oferta homogénea, (Asociación de Alojamientos Rurales de Alicante), y participando a distintos niveles en aquellos proyectos que pueden generar expectativas de negocio (Paralelo 40, Red Española de Desarrollo Rural, Asociación de Casas Rurales de la Comunidad Valenciana, ASETUR...).

El cuarto apartado trata de las valoraciones y expectativas de los propios empresarios del sector. Para recabar sus opiniones se ha efectuado una encuesta telefónica durante la segunda quincena de agosto y primera de septiembre de 2004.

En el quinto apartado analizamos el último aspecto: las amenazas que planean en el futuro del sector. Considerando esencialmente cuatro: urbanización del espacio rural de forma incontrolada, construcción de parques eólicos en el perímetro montañoso que conforma la frontera comarcal, la instalación de un radar de uso civil y la instalación de polígonos industriales en el interior de los espacios naturales (polígono industrial de La Canal).

En un último apartado se recogen las principales conclusiones alcanzadas a lo largo del estudio.

1.- Contexto general. Evolución del turismo rural en la CCVV

El debate planteado a lo largo de este verano, sobre la crisis turística que afecta a nuestro país, no es nuevo, pero ha tenido la virtud en el presente año de calar en la opinión pública e instar al debate social sobre el agotamiento de un determinado

modelo y transmitir el temor de repercusiones muy graves al conjunto de la economía nacional.

El titular actual del Ministerio de Industria, Comercio y turismo, José Montilla, ha enunciado recientemente que el modelo de sol y playa está agotado (Papell, 2004). Palabras también suscritas por la ministra de Medio Ambiente, Cristina Narbona, afirmando que (Puig, 2004) “el modelo de sol y playa, tiene los días contados”, y que han movilizado a los representantes del sector hotelero (Asociación de Empresarios de la Costa del Sol, Federación Española de Hostelería, Asociación Hotelera de Benidorm y Costa Blanca, Asociación Hotelera de la Playa de Palma...) y representantes de autonomías gobernadas por el Partido Popular; en concreto¹ Matías Pérez Such, Comunidad Valenciana y Joan Flaquer de la Balear, en su contra; considerando la vigencia de un modelo que a su entender, con las adaptaciones necesarias, cuenta con “muchacha vida por delante”. El debate está abierto y seguro que en los próximos años dará juego para efectuar un análisis con profundidad. Debe considerarse a nuestro entender que nos encontramos ante una gran oportunidad para reflexionar sobre el turismo que queremos y podemos ofrecer.

Profesionales autorizados (Oliver, 2004) ponen énfasis en señalar que, *“el sector turístico debe estar razonablemente preocupado. No es un problema a corto plazo, ni se puede hablar de crisis tal y como se entiende en términos económicos, pero en los últimos años se han ido acumulando señales de dificultad”*.

Las cifras que se van conociendo de la presente campaña turística parecen avalar esta tendencia negativa de los principales indicadores económicos. Exceltur (2004)), dió a conocer que rebajaba la previsión realizada a principio de año del 1'9% de crecimiento de afluencia turística, hasta el 1'4% para el conjunto del 2004. Es decir, de los 53'2 millones de turistas previstos solo se alcanzará la cifra de 52'8. Pero lo más grave es el retroceso en términos de rentabilidad ya que el gasto promedio del turista extranjero en España cayó un 5'9% en términos reales durante el primer semestre del año, dato acompañado de otro negativo como es que la estancia media del turista volvió a caer 0'3% puntos en los cinco primeros meses (enero-mayo) respecto del año anterior. Dato contrastado es una pérdida para el sector turístico español de 76 millones de euros en los cinco primeros meses del año. Datos que si se proyectan, en los mismos términos al total del 2004 elevarían las pérdidas a prácticamente 263 millones de euros.

¹ Abc.es 25/08/4

La evolución de la ocupación hotelera en los últimos años sufre un goteo negativo incesante, si observamos lo ocurrido en el mes de julio en los años precedentes y el actual:

Tabla 1. Evolución de la ocupación hotelera

Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
%	74'1	71'4	68'9	69'2	65'3	64'1	63'3

Fuente: INE (medida a julio de cada año)

Se comprueba una pérdida de 10'8 puntos porcentuales en solo 7 años de tasa de ocupación. Si bien estos datos son globales y no consideran la evolución del crecimiento de plazas hoteleras, podemos considerarlos representativos del descenso continuado de la tasa de ocupación.

Con el mercado en esta situación el comportamiento de la oferta no hace sino profundizar el problema, según el INE en los cinco primeros meses de 2004 el número de plazas hoteleras había crecido un 4'8% respecto al año anterior y por el contra el número de pernoctaciones solo creció un 2'19 en el mismo período.

De lo anteriormente expuesto, cabe deducir (Muñoz, 2004) que se hable de “agotamiento” del modelo turístico al coincidir el “estancamiento e incluso el decrecimiento” de dos indicadores:

- tasa de ocupación de los hoteles.
- el gasto medio por visitante y día.

En este contexto (Papell, 2004) considera inevitable un “pacto más o menos explícito” entre el sector turístico y las instituciones públicas para ordenar el territorio que permita una mejora de la oferta y dotarla de un valor añadido de carácter cultural, gastronómico, deportivo, etcétera, acompañada de inversiones públicas orientadas a mejoras en la red viaria, una política urbana respetuosa con el medio ambiente, un incremento del control de la delincuencia en las zonas de mayor afluencia turística, mejora en la limpieza de las playas, en la señalización viaria...

La superación de la crisis no ha de plantearse en términos de incremento del número de los que nos visitan, sino en el del beneficio social y económico que aporten. A nuestro entender (Serrano, 2003) señala el camino a seguir, primando una estrategia turística basada en la calidad, orientada a turistas con alto poder adquisitivo, orientada a una política de ordenación y gestión del territorio que evite los efectos perniciosos del turismo. Todo ello choca frontalmente con el modelo “desarrollista”

basado en un crecimiento sin límites, priorizando intereses del sector inmobiliario y el consiguiente deterioro del patrimonio natural y cultural.

No contamos ya con los factores externos que nos han favorecido en la última década, como eran la bonaza económica en los mercados emisores de turistas o la inestabilidad política de competidores directos en la cuenca mediterránea, Croacia, Chipre, Túnez, Egipto, etc., que en la actualidad disponen de ventajas comparativas en el cambio de divisas, costes más baratos, precios competitivos y entornos naturales mucho menos deteriorados.

También es un grave problema (Valls, 2004), la excesiva proporción de alojamiento de uso turístico, negocio poco transparente, frente al hotelero incluyendo camping y casa rural. Siendo también criticable el que gran cantidad de empresarios turísticos no sean conscientes del cambio conceptual de la clientela turística que en la actualidad fragmenta las vacaciones, con estancias mas cortas, mezclando productos y servicios turísticos diversos y siguen ellos ofreciendo el mismo paquete que hace 30 o 40 años.

La alternativa al “sol y playa” existe, la diversificación de la oferta turística, el turismo rural, activo, cultural, de congresos, golf, puertos deportivos.... Deben recoger el testigo para permitir que la mayor industria del país, lo siga siendo.

La evolución del turismo rural en la Comunidad Valenciana podemos ofrecerla sinópticamente en función de las siguientes variables: número de casas rurales, número de albergues y plazas ofertadas respectivamente. El número de casas rurales ha pasado de 35 en el año 1996 a 584 en el 2003, con un número de plazas que ha evolucionado desde 256 a 4.279 para el mismo periodo de tiempo². En materia de albergues en 1996 la cifra era de 9 y pasó a 47 en el 2003, con un número de plazas que pasó de 460 a 2.464 respectivamente para el mismo periodo de tiempo³. Aunque si bien las elevadas cifras de incremento son debidas a que parten de valores muy bajos, en todo caso son significativas de que el turismo rural ha dejado de ser una realidad meramente testimonial en la Comunidad Valenciana.

Respecto a la demanda debemos señalar que el número de turistas rurales en la Comunidad Valenciana ascendió a más de 78.000 en año 2003, correspondiendo un 94% a viajeros nacionales y el % restante, a extranjeros; las pernoctaciones en el mismo periodo se distribuyen de forma similar, de un total cercano a las 237.000, el 92% fueron efectuadas por viajeros españoles y el 8% por extranjeros. Son los

² Las casas rurales se han incrementado por encima del 1.500% tanto en nº de establecimientos como en el número de plazas.

³ Los albergues se han incrementado por encima del 400% tanto en nº de establecimientos como en el nº de plazas.

alemanes con el 44%, los que más visitan los alojamientos rurales de la Comunidad Valenciana, seguidos de británicos (21%), franceses (8%) y ciudadanos de los Países Bajos (7%). El resto de porcentaje se cubre con portugueses, americanos etc.

Resulta obvio decir que en nuestra Comunidad el turismo de “sol y playa” es un destino consolidado; afectado por los problemas que hemos citado, pero inmerso en un proceso de consolidación progresiva de una oferta cada vez más amplia y diversa con la potenciación de los nuevos servicios y productos que la demanda actual requiere.

Importantes esfuerzos se están llevando a cabo en materia de turismo rural, cultural y urbano (Ciudad de las Artes y las Ciencias, Marq, Castellón Cultural, La Luz de la Imágenes...), el turismo de Congresos, salud, cruceros, deportivo (esencialmente náutico y golf).

Nuestro trabajo, a partir de este punto va a consistir en analizar el turismo rural circunscrito a dos comarcas alicantinas de orografía y valores naturales similares como son L'Alcoia y El Comtat⁴. Comparten un entorno natural privilegiado, enmarcado entre las sierras de Mariola, Font Roja, Carrasqueta, Benicardell, Els Plans, Serrella y Alfaro entre otras, todas por encima de los 1.000 metros de altitud. Las dos primeras citadas son parques naturales⁵.

A diferencia del litoral alicantino, predominan los municipios de pequeño tamaño, con escaso nivel de degradación paisajística.

El desarrollo del turismo rural en ambas comarcas es relativamente reciente y no tiene el peso específico de contribución al PIB comarcal como en otros destinos con más solera como la Cuenca Alta de Río Mijares, Els Ports-Maestrat y el Alto Palancia en la provincia de Castellón, o los de Segorbe y Xátiva en la de Valencia. No obstante los objetivos que comparte el turismo rural son idénticos en todas las comarcas (Solsona, 1999), la reactivación de la economía local, aproximando los niveles de renta a sus vecinas comarcas litorales y en segundo lugar, la pretensión de que el desarrollo turístico se realice de forma sostenible y procurando la mejora de la calidad de vida de la población local de forma respetuosa hacia la cultura, la tradición y el medio ambiente.

⁴ Reseñar que al realizar la revisión bibliográfica para recoger información y datos sobre la problemática del turismo rural en las comarcas objeto de estudio, hemos encontrado que son muy escasos los estudios previos y sólo aportan referencias aisladas de aquí el carácter prospectivo del presente trabajo.

⁵ DECRETO 3/2002, de 8 de enero del Gobierno Valenciano, declaración del Parque Natural de la Sierra de Mariola [2002/280] (DOGV número 4167 de fecha 14.01.2002).

DECRETO 49/1987, de 13 de abril, del Consell de la Generalitat Valenciana, de declaración del Parque Natural del Carrascal de la Font Roja (DOGV número 591, de 21.05.87).

La evolución del turismo rural la podemos ver reflejada en la tabla nº 2.

Tabla 2. Evolución de la oferta turística de L'Alcoia-Comtat

AÑO	NÚMERO		PLAZAS	
	ALBERGUES	CASAS RURALES	ALBERGUES	CASAS RURALES
2000	7	17	455	109
2001	7	19	447	117
2002	7	20	447	127
2003	9	22	507	148
2004(*)	9	24	507	173

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Agencia Valenciana de Turismo.

(*) Hasta el mes de agosto.

Observamos que mientras el crecimiento de albergues es moderado, entorno del 11'4% para la totalidad del periodo estudiado, el de las casas rurales si es especialmente relevante, con una cifra cercana al 60%.

Esta tasa de crecimiento sostenida en el tiempo, está basada esencialmente en la política de apoyo comunitaria a las zonas rurales con problemas de despoblamiento, envejecimiento poblacional, emigración a zonas periféricas de litoral, etc. Las ayudas se sustanciaron en primera instancia a través de los programas LEADER, LEADER II y en la actualidad con plena vigencia hasta el 2006, el LEADER+. Con mayor detalle pasamos a analizar estos datos en el siguiente apartado.

2.- Marco institucional. Programas de ayudas al desarrollo del turismo rural

El turismo rural ha sido el principal beneficiario de las inversiones realizadas en el plan LEADER II, alcanzando en la Comunidad Valenciana los 20,6 millones de euros, el 25% del total (Bernabé, 1999).

En la Comunidad Valenciana respecto del plan LEADER+, además de los elementos básicos del desarrollo de estas iniciativas europeas, esencialmente basadas en el "método LEADER" compuesto de estos tres elementos básicos:

1º. **Partenariado.** La colaboración de los agentes locales de un territorio para elaborar y llevar a cabo una estrategia colectiva, permite localizar, conocer mejor y adoptar una nueva perspectiva sobre los recursos locales de los territorios locales. Esto ha hecho posible concebir nuevas vías para potenciar estos recursos.

2º. **Relación entre las acciones de desarrollo.** La relación entre acciones de desarrollo de un territorio da lugar a una combinación y a una integración de los sectores, con el fin de intensificar los efectos de la estrategia de desarrollo.

3º. **Creación de vínculos.** Las relaciones que crea el LEADER entre los territorios gracias a la fuerza de su red y a las cooperaciones tejidas entre los grupos de acción local, por un lado, y entre el resto de componentes del mundo rural, por otro lado, permite que se alcance un nivel de compromiso suficiente para poder movilizar nuevas energías a nivel local y garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo.

El plan LEADER+ incorpora unos objetivos específicos, orientados a la resolución de problemas socioeconómicos y medioambientales específicos de nuestro territorio, (Programa de la iniciativa LEADER+ en la Comunidad Valenciana 2000-2006):

- Evitar el despoblamiento de las zonas rurales de interior que tradicionalmente han venido sufriendo este problema.
- Invertir la tendencia demográfica en las comarcas que están sufriendo un estancamiento de la población en los últimos años y en las que se prevén problemas a medio plazo por la falta de nuevas salidas ocupacionales para los jóvenes que se van integrando en el mercado de trabajo.
- Disuadir, correlativamente, la emigración de la población hacia la franja litoral, que adolece de serios problemas ambientales asociados a la presión antrópica.
- Favorecer las iniciativas promovidas por las mujeres y los jóvenes, como actores con un peso específico decisivo en el desarrollo de las zonas rurales.

En L'Alcoia-Comtat el organismo que ha actuado como agencia local de desarrollo y aglutinante de los Programas LEADER II y LEADER+ ha sido el CEDER AITANA., constituido el 3 de marzo de 1995. Tiene como ámbito de actuación el de la comarca de la Montaña, constituida por los términos de los municipios de la Provincia de Alicante, calificados por la CEE como zonas desfavorecidas de montaña. Incluye además de L'Alcoia-Comtat municipios de montaña de las comarcas de la Marina Alta, Marina Baixa y L'Alacantí. En total al CEDER AITANA actúa sobre 45 municipios, distribuidos comarcalmente conforme se describe en la tabla nº 3.

Tabla nº 3. Municipios por comarcas alicantinas con actuaciones del CEDER AITANA

EL COMTAT	L'ALCOIA	MARINA ALTA	MARINA BAIXA	L'ALACANTI
24	2	7	11	1

Fuente: elaboración propia a partir de datos suministrados por Red Española de Desarrollo Rural (RDER), 2004.

Del total de los cerca de 793 millones de euros con los que está dotado presupuestariamente el Plan LEADER+ en el conjunto de España, el 62'5% corresponden a subvenciones comunitarias y 37'5% al resto de las administraciones nacionales. En la comunidad Valenciana de esa cantidad se recibirá un total de 45 millones de euros de los que 30 millones serán aportados por el presupuesto comunitario y 15 por fondos estatales y autonómicos.

De los proyectos aprobados de acuerdo con la Orden de 2 de Noviembre de 2001 de la Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación, 42 se llevarán a cabo por el CEDER AITANA y de ellos trece son para iniciativas de turismo rural, correspondiendo el resto a distintas actuaciones tales como formación y empleo, comercialización de productos agrarios, rehabilitación cultural y natural, potenciación del trabajo femenino en el ámbito rural, etc. Todas estas actuaciones van a suponer para el CEDER AITANA de una gestión de fondos provenientes del plan LEADER+, que sumarán ocho millones de euros hasta el 2006.

A nivel estatal la administración se encuentra desarrollando el Plan Integral de Calidad Turística (PICTE), que promueve actuaciones que inciden directa e indirectamente en desarrollo rural, siendo sus principales líneas de actuación, los programas de Calidad de los Destinos Turísticos, Calidad en los Productos Turísticos, Calidad en los Sectores Empresariales, Formación en Calidad e Innovación y Desarrollo Tecnológico.

En el plano autonómico, la Agencia Valenciana de Turismo, mediante sus Programas de Actuación ha apostado por la creación y cualificación de establecimientos turísticos, la creación de oferta turística complementaria, la elaboración de material promocional, el apoyo a la comercialización y las ayudas en temas de formación. Cuenta con un programa específico para el turismo rural⁶.

No debemos olvidar la labor que presta la Diputación Provincial de Alicante a través del Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca con los objetivos estratégicos⁷ orientados hacia la diversificación de la oferta, formación y cualificación, adaptación a las nuevas tecnologías y promoción.

3.- Principales estrategias del sector a nivel comarcal.

⁶ Programa de creación y adecuación de establecimientos de turismo rural. Artículo 3.A)1.1 de la Resolución del 14 de febrero de 2002, del presidente ejecutivo de la Agencia Valenciana de Turismo, por la que se aprueban los programas de actuación de la agencia para el año 2002 y se hacen públicos los programas de apoyo al sector turístico (DOGV nº4203 de 5 de marzo de 2002).

⁷ Plan de actuación 2003. Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca

En L'Alcoia-Comtat, a diferencia de lo que ocurre en Valencia y esencialmente en Castellón, el asociacionismo en defensa de los intereses comunes del sector está muy poco desarrollado. En concreto, en materia de cooperativas (Fernández, y Puig, 2002), en las comarcas estudiadas solo se constata la existencia de una, situada en la localidad de Alfafara (El Comtat) y su actividad principal no es turística, sino agrícola. La provincia pionera Castellón, dispone de 17, Valencia 8 y Alicante, una la citada.

En materia turística uno de los principales motores surgidos dentro del ámbito rural ha sido la Asociación de Alojamientos Rurales de la Montaña de Alicante. Su nacimiento estuvo muy relacionado con el programa LEADER II, ya que la mayoría de sus socios iniciales constituyeron sus negocios al amparo de sus fondos, tanto a través de subvenciones directas como los distintos cursos de formación que el Plan patrocinó. El hecho de que la práctica totalidad de los establecimientos hoteleros se tratasen de pequeñas empresas, en la terminología europea “microempresas”, daba pie a que los titulares de las mismas se vieran incapaces de abordar las complejas iniciativas comerciales que requería un sector incipiente y también que ante los problemas comunes no se dispusiera de un interlocutor válido ante las distintas administraciones. Los logros obtenidos desde 1998, año de su creación han sido muchos, cabe citar la creación de una oferta promocional conjunta creando una marca identificativa de la “Montaña de Alicante” con su propio logotipo, publicación de distintas guías de alojamiento, promoción a distintos niveles de la riqueza del patrimonio rural, cultural y ecológico de las comarcas en las que actúa (básicamente todas las citadas en el Plan LEADER II de la provincia de Alicante), firma de convenios de colaboración con la Universidad de Alicante para el desarrollo, dentro del Título Superior en Turismo, del estudio al mas alto nivel, de la problemática que afecta a las zonas rurales; promoción del establecimiento de controles de calidad, asistencia a distintas ferias para dar a conocer el turismo de interior de la provincia de Alicante, etc.

Como elemento dinamizador del turismo rural en la provincia de Alicante y en L'Alcoia-Comtat debemos destacar en particular el Plan de actuación 2003 del Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca, que a nivel institucional ha llevado a cabo lo largo del citado año promociones en ferias especializadas, reportajes y monográficos en revistas especializadas de turismo activo/rural en diferentes ámbitos geográficos, dinamización de la web propia y apoyo a los empresarios para la incorporación a las nuevas tecnologías, apoyo a la organización de seminarios y congresos sobre turismo rural, firma de distintos convenios con asociaciones de empresarios hoteleros y restauradores para promocionar establecimientos y entorno, etc.

Otra institución que esta jugando un papel destacado en el desarrollo del turismo rural es ASETUR, que agrupa a los empresarios de casas y albergues rurales de todo el territorio nacional y que tiene entre sus objetivos el trabajo conjunto de todos sus asociados para impulsar el turismo rural de calidad y comprometido con el desarrollo sostenible, la promoción y comercialización y la formación profesional de los asociados. Coordina la elaboración y publicación de una guía oficial de turismo rural, con carácter anual desde el año 1995. Organiza el encuentro anual de ASETUR del cual se ha celebrado ya 9 ediciones. Pertenecen a esta asociación ocho alojamientos del Comtat y dos de L'Alcoia.

Igualmente está llevando a cabo un importante papel la Red Española de Desarrollo Rural (REDR). Es una asociación sin ánimo de lucro constituida en el año 1995 con el objetivo genérico de promover un modelo genérico de desarrollo rural integral y sostenible. La REDR está integrada en la actualidad por Redes Regionales que engloban a más de 200 grupos de desarrollo Rural de todo el territorio nacional, los cuales gestionan Programas e Iniciativas europeas relacionadas con el Desarrollo Rural, fundamentalmente la Iniciativa Comunitaria LEADER+ y el Programa Operativo para el Desarrollo y Diversificación de las zonas Rurales (PRODER).

La Fundación Cavanilles de Altos estudios Turísticos que propicia la investigación y mantiene un fondo documental constantemente actualizado; la Agencia Valenciana de Turismo, las Universidades de Alicante, Miguel Hernández y Politécnica de Valencia, con su presencia en la zona, despliegan una gran labor investigadora.

4.- Resultados de la encuesta.

La encuesta que pasamos a analizar, se realizó entre la segunda quincena del mes de agosto y la primera del de septiembre del 2004. Se solicitó respuesta al cuestionario a la totalidad de la población, es decir 33 establecimientos, 9 albergues y 24 casas rurales. Se han procesado 31 contestaciones, lo que nos da un índice de respuesta de prácticamente el 94%, lo que nos permite considerarla altamente representativa.

El método utilizado ha sido la encuesta telefónica, ya que hemos considerado que debido al momento de su realización, en plena campaña estival cualquier otro método no nos habría aportado el mismo índice de respuesta. La flexibilidad, al permitir aclarar dudas sobre las cuestiones planteadas explicando los motivos de su realización y el elevado grado de fiabilidad, al evitar que el cuestionario pudiera ser contestado por

una persona no deseada y la rapidez de su ejecución, han sido los motivos esenciales para utilizar este método frente a la encuesta postal o mediante correo electrónico. Para evitar influir en las respuestas del entrevistado, se solicitó a una tercera persona la realización material de la misma.

En la encuesta pasada a los titulares de todas las explotaciones de turismo rural de las dos comarcas objeto de estudio se han obtenido los siguientes resultados:

- Predominan en las dos comarcas la modalidad de alojamiento de uso no compartido, aunque el porcentaje es más ajustado que en otros destinos turísticos similares situados en la Comunidad Valenciana así como en el resto del territorio nacional, (65% no compartido y 35% compartido).
- Igualmente es importante la cifra de titulares de los negocios turísticos que comparten o han compartido labores agrícolas o ganaderas (56'5% tienen o han tenido relación con el mundo agrícola o ganadero y 43'5% sin ninguna relación).
- El 65% de los establecimientos tiene una antigüedad menor de 5 años, lo que nos indica que es un sector emergente y de acuerdo con lo puntualizado en el presente estudio, con perspectivas de futuro.
- Cerca de un 83% de los establecimientos han recibido ayudas para la puesta en funcionamiento de las distintas administraciones. Las ayudas esencialmente son identificadas con la administración autonómica y europea⁸.
- El 87% conoce los proyectos europeos para el desarrollo de zonas rurales desfavorecidas de montaña, como es el caso de las comarcas que nos ocupa (esencialmente los distintos Proyectos LEADER).
- A la pregunta, ¿Cuál cree que es el principal aliciente para hospedarse en un alojamiento rural?, solicitando que señalaran a su entender la mas relevante, el orden de preferencias en la respuesta fue el siguiente: tranquilidad, paisaje (33%), clima (16'6%), trato familiar (8'3%), cambiar de ambiente (4'1%) y precio (4'1%). Cabe señalar que la primera respuesta no constaba en el cuestionario directamente, aunque al tratarse de una pregunta con un ítem abierto, fue la respuesta mas repetida, con un 37'5% de preferencia.
- Un 74% de los entrevistados considera que existen factores que pueden influir negativamente en el futuro del negocio de cara a próximas temporadas. El 45%

⁸ A este respecto cabe señalar, que la percepción del receptor de las ayudas tiende a confundir el organismo en el que gestiona la ayuda, con el que dota los fondos. Ya comentamos que 62'5% de las ayudas provenían de la Comunidad Económica Europea y el 37'5% de la Administración Autonómica.

considera que la construcción descontrolada es el principal problema, en cambio para el 25% el principal problema es la construcción de parques eólicos. La instalación de un radar civil en la Sierra de Els Plans fue seleccionada por el 10% de los entrevistados. Por último otro factor a considerar es la falta de formación, el 20% considera que la falta de formación lastrará al sector bien de forma directa al propio negocio gestionado con falta de rigor profesional o bien de forma general al confundir al cliente generalizando un mal servicio al conjunto de establecimientos.

- Sin excepción, todos son conscientes de la importancia de la promoción de los establecimientos vía Internet, y todos tienen una página web propia o utilizan la web de distintas asociaciones para tener presencia en la Red y realizar reservas por este medio. (El 39% dispone de web propia y el resto compartida entre las distintas asociaciones turísticas).

- Finalmente el 43% tiene la actividad como principal y el 57% como accesoria o complementaria.

5.- Principales amenazas.

De acuerdo con el sentimiento de los propios empresarios del sector expresado en la encuesta, uno de los problemas graves que afecta al sector es la construcción descontrolada. La expansión de las zonas urbanas (Aledo, 1999) convierte las zonas rurales cercanas a las ciudades, bien en superficies de cemento y asfalto o en solares inutilizados en espera de ser vendidos. Este desarrollo urbanístico modifica el uso del suelo, abre carreteras y caminos, afecta al paisaje e incluso puede ayudar a la desertificación.

Un problema que afecta a las zonas rurales en la actualidad, que comenzó en las zonas de litoral, es el denominado turismo inmobiliario (Mazón, y Aledo, 1996), basado en la promoción y venta de apartamentos y chalés en el litoral y “casitas”⁹ o segundas residencias en zonas rurales.

Para los propietarios de los alojamientos rurales el proyecto de construcción de parques eólicos es motivo de gran preocupación, y a la vista de las movilizaciones ciudadanas y debate político suscitado en los ayuntamientos de las comarcas de L’Alcoia-Comtat es un problema que ha cobrado carta de naturaleza en la sociedad. La creación de plataformas para impedir la puesta en marcha de los parques eólicos

⁹ Término con el denominan los alcoyanos a la segunda residencia en el campo o la montaña, para pasar los fines de semana y períodos vacacionales

en la Zonas¹⁰ 14 y 15, que son las que afectan a nuestras comarcas, ha tenido repercusión social puesto que ha servido como aglutinante de las más de 40.000 alegaciones¹¹ presentadas. Igualmente se ha presentado queja¹² ante el Síndic de Greuges por parte de la “Coordinadora contra Els Parcs Eòlics del Comtat” aportando la documentación relacionada con la Zona 14 y en la que apuntan hasta 106 posibles vulneraciones de leyes autonómicas y estatales.

El radar que planea construir AENA¹³ en la cumbre de la Sierra de Els Plans es otro de los capítulos que crean incertidumbre a los empresarios del sector. Es una de las cumbres emblemáticas de la comarca y, aunque no goza de ninguna figura de protección, la riqueza faunística, vegetal y paisajística es indudable. Al igual que ha ocurrido con los parques eólicos la movilización ciudadana y de los grupos ecologistas¹⁴ ha sido notoria.

En último lugar la preocupación de algunos empresarios se centra en la falta de formación con la que cuentan algunos miembros del colectivo. El rápido crecimiento del sector en los últimos años, con la incorporación al mismo de gran número de empresarios que compaginaban la actividad con otra principal como era la agricultura parece ser el motivo esencial de la falta de “profesionalidad” del sector. Las ayudas para que los perceptores de rentas agrícolas mejoraran su nivel de ingresos compaginando la labor de las tierras con un negocio turístico, parecen haber ido orientadas, más a obras de rehabilitación y a adecuación de la vivienda a las nuevas necesidades, que a la necesaria formación para el desarrollo de la nueva actividad.

6.- Conclusiones.

El mercado turístico en nuestro país muestra síntomas de cierto estancamiento. La base esencial del sector, el turista extranjero que nos visita buscando buen clima y mejores precios, ha encontrado otros destinos que le ofrecen un producto turístico similar, a precios más competitivos.

Seguimos siendo el segundo país receptor de turistas del mundo (WTO, 2004) después de Francia también el segundo por ingresos por turismo internacional después de EEUU, y aunque las estadísticas señalan que baja el gasto y la estancia

¹⁰ Acuerdo de 26 de junio de 2001, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Plan Eólico de la Comunidad Valenciana (DOGV nº 4054 de 31/07/2001).

¹¹ Laverdad.es 12/08/2004.

¹² Alcoidigital 08/09/2004.

¹³ Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

¹⁴ Alcoidigital 09/02/2004

media, lo cierto es que el turista nacional ha reaccionado bien a esta situación del mercado y crece significativamente el número de españoles que hacen turismo “en casa”.

Es lógico pensar que esta situación debe hacernos reflexionar y replantear tanto en el ámbito de responsables políticos como empresarios del sector, que hay que buscar productos y alternativas ante una situación nueva. La mejora de la calidad y la explotación de nuevas modalidades de alojamiento y servicios que incrementen el valor añadido de las estancias, parece ser el camino correcto, más, que continuar por la senda del incremento del número de turistas que están dispuestos a gastar cada vez menos en sus visitas. La ordenación del territorio parece ser una herramienta igualmente imprescindible para evitar un deterioro mayor del entorno natural y que si bien en zonas del litoral el daño, probablemente es irreversible, debemos tratar que no se extienda éste a las zonas de interior donde el nivel de preservación del entorno natural es aceptable.

En la Comunidad Valenciana se están desarrollando importantes esfuerzos que van en esa línea de diversificación y adaptación a las nuevas exigencias de los destinos turísticos, el desarrollo del turismo rural, cultural y urbano, de congresos, salud, cruceros y deportivo (marítimo y golf esencialmente), así lo atestiguan. De estas alternativas citadas, el turismo rural, con tasas de crecimiento desde el año 1996 hasta la actualidad del 1.500% en casas rurales y del 400% en albergues (si bien partiendo de valores muy bajos), tanto en número de establecimientos como en el de plazas, se muestra como una de las opciones con futuro a tener en cuenta en la diversificación de la oferta turística.

El indudable apoyo que distintos programas europeos está prestado al desarrollo de zonas rurales (LEADER, LEADER II, LEADER+ y PRODER) y la importancia que tienen las partidas presupuestarias para el fomento del turismo rural, parecen dar sus frutos y está permitiendo a los agricultores completar rentas, a otros habitantes abrir nuevas posibilidades de negocio, y a ambos colectivos frenar el éxodo hacia zonas de litoral o urbanas, buscando mejores expectativas y evitando el despoblamiento del medio rural.

En el caso de los agricultores el beneficio es doble puesto que además del evidente a escala personal, el patrimonio natural sale beneficiado, puesto que al continuar las labores agrícolas, el uso de la tierra se mantiene y con él, el paisaje y unos montes y pastos cuidados que de otra forma se irían deteriorando o serían destruidos por los incendios tan frecuentes en la cuenca mediterránea.

El CEDER AITANA, como agencia Local de desarrollo en la comarca de L'Alcoia-Comtat, ha sido el aglutinante del desarrollo del turismo rural y además de ser el canalizador de los fondos de los programas LEADER II Y LEADER+, ha sido formador de los nuevos empresarios y una pieza básica para que se produjese el imprescindible asociacionismo que procure defensa de los intereses del sector ante las instituciones y canalice las complejas relaciones comerciales de un sector emergente y competitivo.

De estas asociaciones de empresarios de turismo rural, la que se ha consolidado con mayor presencia y actividad es la Asociación de Alojamientos Rurales de la Montaña de Alicante. Logros como la creación de una marca común, edición de guías, presencia en ferias, congresos, etc., no debe hacer olvidar la formación inicial y continua de sus asociados y otras empresas en el ámbito comarcal. Siendo precisamente la formación un problema que ha sido destacado en nuestra encuesta como muy importante y mayoritario dentro del propio sector, especialmente, en aquellos empresarios que tienen el alojamiento rural como actividad no principal.

Conviene resaltar que a diferencia de Castellón y en menor medida Valencia, el asociacionismo, a través de cooperativas no ha cuajado en las comarcas estudiadas.

De la encuesta deducimos que el perfil de los empresarios es más “rural” que la media nacional y valenciana, ya que el número de casas en la modalidad de “compartidas” es superior y más de la mitad de los que poseen un negocio de turismo rural tienen o han tenido relación previa con el mundo agrícola o ganadero (57%).

Se trata de un sector “joven” ya que la mayoría (65%) de los establecimientos tienen una antigüedad inferior a 5 años. Los empresarios tienen incertidumbres sobre su futuro, esencialmente por las actuaciones que a escala comarcal puedan dañar su entorno natural. Disponen de un cierto nivel de autocrítica, puesto que como señalábamos anteriormente más de un 20% considera que hay que dedicar mayor tiempo a la formación. Las nuevas tecnologías “no le asustan”, en este sentido casi el 40% dispone de su web propia, siendo el porcentaje del 100% los que utilizan la red para promoción y central de reservas.

Además de la juventud del sector, la capacidad de autocrítica y la receptividad a las nuevas tecnologías, hemos de hacer hincapié que el sector tiene un prometedor futuro que atestigua su crecimiento en los últimos años, sin duda favorecido por los cambios en las preferencias y gustos de los turistas que encuentran en esta modalidad una opción cada vez más interesante.

La mejora de la oferta en cuanto a servicios y actividades debe redundar en un incremento de la rentabilidad del negocio y prevenirle de la competencia que vía precios es efectuada por los destinos de playa en temporada baja. Senderismo, rutas guiadas, cicloturismo, rutas a caballo, participación en labores agrícolas o ganaderas de explotación... son actividades que se ofertan ya por el 52% de las casas rurales y el 100% de los albergues (ASETUR, 2004).

El entorno, con la reciente declaración del Parque Natural de la Sierra de Mariola que se une al ya emblemático de la Font Roja constituye un valor esencial de la comarca y a buen seguro actuará de forma positiva atrayendo a un turista que busca en la naturaleza un eje principal a la hora de elegir un destino para sus ratos de ocio o vacaciones.

BIBLIOGRAFIA:

- ABC.ES (2004). Pérez Such afirma que la ministra Narbona desconoce el sector turístico. *Abc.es* Madrid 25 de agosto de 2004. En Internet: <http://www.abc.es/abc/pg040825/prensa/noticias/Valencia/Valencia/200408/NAC-VAL-116>
- ALCOIDIGITAL (2004). La coordinadora contra els parcs eòlics del Comtat acudeix al Síndic de Greuges. *Alcoidigital* Alcoy 8 de septiembre de 2004. En Internet: <http://www.alcoidigital.com/noticiaamp.asp?not=1543> (acceso activo 12/09/2004).
- ALCOIDIGITAL (2004). Mas de 4.200 firmas contra el radar dels Plans. *Alcoidigital* Alcoy 9 de febrero de 2004. En Internet: <http://www.alcoidigital.com/noticiaamp.asp?not=538> (acceso activo el 12/09/2004).
- ALEDO, A. (1999): *Desertificación y urbanización: el fracaso de una utopía*. Ciudades para un futuro más sostenible, boletín Nº 9. Madrid. pp. 5, 6
- ASETUR (2004): Guía oficial de casas rurales de España-ASETUR, 2004. Anaya Touring Club. Madrid
- BERNABÉ, A. (1999): *La iniciativa Comunitaria Leader y el turismo rural*. En: Turismo en espacios naturales y rurales. SPUPV. 1999. pp.131-148.
- EXCELTUR (2004), Alianza para la excelencia turística. *Informe Perspectivas Julio 04*. 21 de julio de 2004, p. 6-11. En Internet: <http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Sumario Perspectivas nº9.pdf> (Acceso activo el 28-08-2004).
- FERNÁNDEZ, M. y PUIG, A. (2002): *El papel del cooperativismo en el turismo rural en la Comunidad Valenciana*, Ciriec-España, nº 41, agosto 2002.
- FORD, R. (1982): Manual para viajeros por los Reinos de Valencia y Murcia. Turner. Madrid
- FUENTES, R. (1995): *“El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda”*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- JUAN, F. y SOLSONA, J. (2000): Alojamiento turístico Rural. Gestión y comercialización. Síntesis. Madrid
- LAVERDAD.ES (2004) Los opositores al Plan Eólico en el Comtat estudian denunciar a la Generalitat Valenciana. *Laverdad.es* En Internet: <http://www.laverdad.es> (acceso activo el 12/08/2004)

- MAZÓN, T. y ALEDO, A. (1996): *El turismo inmobiliario*. Diputación Provincial de Alicante.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2004): “*Los modelos económicos del turismo*” en Contribuciones a la Economía, agosto 2004. p. 4-7 Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/> (Acceso activo el 04-09-2004)
- OLIVER, J. (2004): “Que venga la mitad y que gaste el doble”. *La Vanguardia* Barcelona 27 de agosto de 2004, p. 34
- PAPELL, A (2004): “El turismo en crisis” En: Elcorreodigital.com 12 de agosto de 2004. En Internet <http://elcorreodigital.com/vizcaya/pg040812/actualidad/opinion/opinion.html> (acceso activo el 18-09-04).
- PLAN DE ACTUACION 2003. “El papel de la Administración en la comercialización de destinos. Una perspectiva de marketing”. Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca. Diputación Provincial de Alicante, p. 12-18
- PROGRAMA DE LA INICIATIVA LEADER+ EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (2000-2006). Dirección General de Relaciones Agrarias con la Unión Europea. Conselleria de agricultura, Pesca y Alimentación.
- PUIG, I. (2004): la crisis del turismo pone en duda la validez del modelo actual de “sol y playa”. *Larazon.es*. Madrid 26 de agosto de 2004. (acceso activo el 25/09/2004)
- SERRANO, A. (2004): “¿Realmente sostenible?” *El País*, Madrid 28 de julio de 2004, p. 47.
- SOLSONA, J. (1999): El turismo rural en la Comunidad Valenciana: análisis y planificación. Aplicación al Alto Mijares. Sociedad Castellonense de Cultura. Castellón
- TOLEDANO, N. y GESSA A. (2002): *El turismo rural en la provincia de Huelva. Un análisis de las nuevas iniciativas creadas al amparo de los programas LADER II Y PRODER*. Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario, Nº 6 (p.107-121).
- VALLS, J. F. (2004): “La caída del turismo”, *el Periódico*. Barcelona 22 de julio de 2004, p. 23.
- WTO, Word Tourism Organization (2004) WTO press release: WTO Tourism Barometer June 2004. En Internet: http://www.world-tourism.org/facts/barometer/june04/WTOBarom04_2_sp.pdf

REFERENCIAS LEGALES.

- Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas, por las que se fijan orientaciones sobre la Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural (LEADER PLUS). 2000/ 139/05. DOCE de 14 de abril de 2000.
- Decreto 253/1994 de 7 de diciembre, del Gobierno Valenciano, regulador del alojamiento turístico rural en el interior de la Comunidad Valenciana, modificado por el Decreto 209/1999, de 9 de noviembre, del Gobierno Valenciano.
- Acuerdo de 26 de junio de 2001, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Plan Eólico de la Comunidad Valenciana (DOGV nº 4054 de 31/07/2001).
- Orden de 21 de mayo de 1998, por la que se regula la aportación de la Administración General del Estado destinada a cofinanciar los programas comarcales de desarrollo rural acogidos al programa operativo PRODER y a la iniciativa comunitaria LEADER II.
- Orden 2 de noviembre de 2001 de la Conselleria de Agricultura, pesca y Alimentación. Por la que se regula la convocatoria de presentación de planes de desarrollo rural en el ámbito de la Comunidad Valenciana (DOGV 05/11/2001)
- Resolución de 14 de febrero de 2002, del presidente ejecutivo de la Agencia Valenciana de Turismo, por la que se aprueban los programas de actuación de la agencia para el año 2002 y se hacen públicos los programas de apoyo al sector turístico (DOGV 05/03/2002).