

EL TURISMO: UN RECURSO PARA EL DESARROLLO DE LA COLECTIVIDAD LOCAL UNA APROXIMACIÓN A LA PROVINCIA DE HUESCA

FRANCISCO JOSÉ ORDUNA LUNA

SUMARIO: — I. IMPORTANCIA DEL TURISMO. VISION GENERAL. — II. PERFIL DE LA NUEVA DEMANDA TURÍSTICA: 1. Tendencias turísticas más importantes: A) Introducción. B) Tendencias más importantes. C) Conclusión. 2. Desarrollo turístico sostenible: A) Definición. B) Mecanismos legales de la Administración local. C) Principios de desarrollo turístico sostenible. — III. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS LOCALES: 1. Clasificación. 2. Otras consideraciones. 3. Los recursos ambientales. 4. Ventajas del uso sostenible de los recursos. — IV. TIPOLOGÍA DEL CLIENTE. CLIENTE TIPO DEL TURISMO RURAL: 1. ¿De dónde vienen los turistas que hacen turismo rural? 2. ¿Qué tipo de alojamiento rural desean? 3. ¿Cuál es su perfil profesional? 4. Grado de satisfacción del cliente. 5. ¿A qué dedican su tiempo de ocio? — V. BENEFICIOS Y DESVENTAJAS DEL TURISMO PARA LA COLECTIVIDAD LOCAL: 1. Introducción. 2. Beneficios derivados del turismo. 3. Desventajas del turismo. — VI. BIBLIOGRAFÍA.

I. IMPORTANCIA DEL TURISMO. VISION GENERAL

Decir en la actualidad que el turismo se ha convertido en uno de los sectores socioeconómicos más importantes del mundo y que ha venido creciendo de forma ininterrumpida durante la segunda mitad del siglo XX no es precisamente descubrir algo nuevo.

La unión del turismo internacional y del turismo interno, (se estima que el turismo interno es unas diez veces superior al volumen del turismo internacional en número de viajes turísticos realizados), está hoy reconocida como la mayor industria del mundo. En muchos países contribuye entre un 5% y un 10% al PIB nacional. En 1995 el turismo ya había creado unos 212 millones de puestos de trabajo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) proyecta que el turismo internacional continuará creciendo a una tasa anual de entre 4 y 4,5%, y este crecimiento afectará positivamente a todas las regiones del mundo; habrá 659 millones de llegadas internacionales en el año

2000, mil millones en el 2010 y aproximadamente 1.600 millones en el 2020. Precisamente para el 2020 se prevén unos ingresos turísticos cercanos a los 2 billones de dólares.

Y si hablamos de Europa, la Comisión Europea, en el informe que el Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo Europeo ha elaborado sobre *Los empleos en el futuro de Europa*, reconoce que las actividades relacionadas con el turismo ya representan una importante y amplia variedad de puestos de trabajo en Europa y suponen un potencial evidente de creación de empleo. A su vez, el Consejo Internacional de Viajes y Turismo (WTTC) acaba de decir que el turismo aportará un total de 192 billones de pesetas al PIB de la Unión Europea, aproximadamente un 14,1% del mismo. En el año 2001 esta cifra será de 345,4 billones de pesetas, un 15% del total, y, lo que también es muy importante, el número de personas empleadas en el sector será de 23,4 millones. Para España, el citado Organismo prevé que para este año de 1999, más de 5.300.000 personas estarán ocupadas en actividades turísticas.

También las cifras que podemos ofrecer de España son significativas dada la importancia de este sector en la economía nacional. Cerca de 46 millones de viajeros en 1998 han pernoctado en nuestros establecimientos hoteleros; más de 178 millones de pernoctaciones. Nuestro país ha pasado de recibir cerca de 33 millones de visitantes en 1980 a poco más de 50 millones de visitantes en 1992, para alcanzar los 64,5 millones de visitantes durante 1997.

Realmente estas cifras y estas estadísticas abruman. Pero lo cierto es que la importancia del turismo como motor socioeconómico no se circunscribe a lo que podemos entender como «grandes destinos turísticos». En España, el turismo no sólo genera ingresos y puestos de trabajo en las islas Baleares, en Canarias, en la Costa del Sol o en la Costa Brava, por poner algunos ejemplos paradigmáticos de lo que podemos entender como «gran oferta turística». Si descendemos a una Comunidad Autónoma del interior como Aragón podemos anotar que casi 1,4 millones de viajeros han pernoctado en nuestros establecimientos hoteleros en 1998, con unas pernoctaciones aproximadas de 2,9 millones y un volumen de negocio cercano a los 20.000 millones de pesetas.

¿Y si hablamos de la provincia de Huesca? Más de 460.000 visitantes y cerca de 1,3 millones de pernoctaciones en los 229 hoteles y hostales, 67 fondas, 42 campings y 340 casas de turismo rural nos dan una somera idea de que también en esta provincia el turismo es una fuente de ingresos y un factor de desarrollo.

Y así podríamos continuar ofreciendo datos más desagregados. ¿Acaso no es significativo constatar que, por ejemplo, en la comarca de Sobrarbe, en la provincia de Huesca, más del 28% de las matrículas del Impuesto de Actividades Económicas corresponden a la actividad de la hostelería, y que ésta ocupa a más del 12% de la población activa de dicha comarca?

Podemos concluir, pues, que el turismo, en mayor o menor grado, es un sector socioeconómico muy importante cuyas ventajas y desventajas se dejan notar en buena parte del mundo. Pero en este trabajo vamos a centrarnos en la relación que se crea entre el turismo y una comunidad local, para revisar sus beneficios y problemas y cómo poder lograr un desarrollo turístico sostenible de los recursos. La participación comunitaria local en este proceso de planificación, desarrollo y gestión de los recursos turísticos es cada vez más importante. Gracias a esta participación, estas comunidades perciben mayores beneficios de su turismo en forma de creación de puestos de trabajo, nacimiento de empresas y generación de riqueza.

II. PERFIL DE LA NUEVA DEMANDA TURÍSTICA

1. Tendencias turísticas más importantes

A) Introducción

El turismo del siglo XXI no va a ser el que ha sido hasta ahora. La visión de estar asistiendo a la llegada de clientes homogéneos, no diferenciados y consumidores de paquetes turísticos de sol y de playa va perdiendo peso. Cada vez más nos encontramos con consumidores mejor informados, más cultos y exigentes que demandan experiencias turísticas de calidad, al mismo tiempo que desean encontrarse en entornos culturales y naturales auténticos. Ahora, la conservación del patrimonio y del entorno natural es parte inseparable de la actividad turística. Esta es la novedad: a diferencia de otro tipo de actividades industriales o comerciales, en el caso del turismo es absolutamente necesaria la compatibilización del uso de los recursos naturales con su conservación.

Pues bien, estas nuevas demandas de los turistas son las que se han de tener en cuenta para desarrollar el sector, sobre todo en países como España donde esta actividad es un negocio tan importante. Por ello, también las autoridades locales deben estar al día respecto de las tendencias principales del turismo internacional, nacional, regional y local a fin de planificar un desarrollo turístico que satisfaga las expectativas de los turistas y logre la sostenibilidad del sector.

B) Tendencias más importantes

Como tendencias más importantes cabe señalar las siguientes:

* Los viajes vacacionales tienden a ser más cortos, pero más frecuentes. Con ello no queremos decir que descienda significativamente la costumbre de organizar el viaje en temporada de verano con un «paquete turístico», pero cada vez es más habitual que los viajes se organicen de forma independiente y que el período vacacional se divida. Esto ofrece la posibilidad de que se desarrollen nuevos destinos turísticos.

* Existe un número cada vez mayor de turistas fuertemente preocupados por el estado de conservación del entorno, exigiendo un mayor control sobre aspectos como la calidad ambiental. Por ello, aumentan los destinos turísticos basados en la calidad y en el cuidado del medio ambiente.

* Los turistas tienden a ser cada vez más activos. Son muchos los que en sus vacaciones buscan realizar actividades deportivas, recreativas, culturales, de conocimiento histórico o de naturaleza. Prueba de ello es el gran número de empresas que en la provincia de Huesca se han constituido para ofrecer servicios de descenso de barrancos, parapente, rafting, hípica, guías de montaña, escalada, etc. La aparición de estas empresas, cuyos componentes suelen ser gente joven, es uno de los fenómenos más interesantes y positivos que ha traído consigo este nuevo tipo de turismo.

* Los turistas son cada vez más exigentes. El hecho de que cada vez se viaje más hace que el turista sea cada vez más consciente de que el gasto que realiza debe traducirse en una relación calidad/precio correcta, exigiendo que las instalaciones y servicios sean plenamente satisfactorios.

* Estamos asistiendo al nacimiento de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. Ello hace que se incrementen las posibilidades de que una zona, comarca o provincia sea considerada turísticamente atractiva. Contemplamos el auge del llamado *turismo religioso* que hace que destinos como Torreciudad, en Huesca, sea visitada por cientos de miles de personas. Vemos como el *turismo de salud* recalca en Benasque, Panticosa o en las faldas del Turbón. A su vez, se observa un renovado interés por los tratamientos médicos tradicionales, constituyendo la base de un turismo especializado. El *turismo de congresos o de negocios* permite que en temporada baja o medio/baja localidades como Benasque, Formigal o Huesca capital reciban a personas que actúan como turistas durante parte de su estancia en la zona. Son sólo algunos ejemplos.

* El hecho de que progresivamente se haya adelantado la edad de jubilación ha traído como consecuencia que sean cada vez más numerosas las personas retiradas activas que viajan, muchas de ellas con una desahogada posición económica. La desaparición de barreras arquitectónicas en edificios y servicios facilita que muchos discapacitados puedan viajar como turistas.

* Consecuencia de la llegada de este nuevo turismo respetuoso con el medio ambiente, experimentado, conocedor de sus derechos y exigente en la relación calidad/precio, es el proceso de modernización y puesta al día de instalaciones y complejos hosteleros antiguos. Algunas de estas rehabilitaciones o renovaciones se está realizando de una manera exquisita.

* No debemos olvidar, por último, la importancia que cada vez más tienen los avances tecnológicos y de telecomunicaciones. El acceso a servicios como Internet o simplemente la posibilidad de realizar el pago por tarjeta electrónica o contratar una reserva va a ser fundamental. Las deficiencias en materia de telefonía en el medio rural o en electrificación están causando en estos momentos muchos problemas a establecimientos del Pirineo oscense.

C) Conclusión

Como conclusión cabe decir que las nuevas demandas que surgen en el turista del siglo XXI se han de tener muy en cuenta a la hora de planificar el desarrollo del sector. Algunas de las tendencias antes descritas van a determinar en un futuro la elección de una zona u otra a la hora de pasar unas vacaciones. La satisfacción de la demanda consiste en cubrir las expectativas que el turista tiene cuando decide visitar un destino turístico.

Los factores que determinan la satisfacción de un turista comienzan ya antes del viaje. Una información detallada, y sobre todo verdadera, hace que el viaje «empiece bien». Una información falsa o engañosa, tarde o temprano, producirá insatisfacción, cuando no irritación en el turista.

Posteriormente, durante el viaje, muchos son los factores que van a influir en que las vacaciones sean plenamente satisfactorias, por ejemplo: una naturaleza bien conservada, una relación calidad/precio adecuada o un servicio correcto.

2. Desarrollo turístico sostenible

A) Definición

El desarrollo turístico sostenible es otra de las piezas clave que las administraciones locales deben tener en cuenta a la hora de planificar su incorporación al mercado turístico o su mantenimiento en él.

La OMT ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera:

«El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.»

B) Mecanismos legales de la Administración Local

La Administración local, para lograr un uso y desarrollo turístico sostenible de los recursos dispone, entre otros, de tres mecanismos legales:

* Las competencias relativas a la tramitación y aprobación de las *normas subsidiarias de planeamiento*, (limitaciones al uso del suelo no urbanizable, especificación de normas de edificación respetuosas con el entorno, normas urbanísticas para la rehabilitación de edificios con destino a alojamientos rurales, normas especiales para los municipios declarados «turísticos», etc.).

Cuando se produce una demanda a todas luces excesiva de edificaciones, urbanizaciones o complejos turísticos, el recurso fundamental es el suelo. Si se desea un desarrollo turístico sostenible, el suelo ha de estar protegido y tutelado por las autoridades locales. De lo contrario puede producirse el caso real de pueblos o aldeas del medio rural de la provincia de Huesca donde la población de hecho es cada vez menor y la urbanización del territorio es cada vez mayor.

Por poner un ejemplo, desde el Gobierno de Aragón y desde la Diputación Provincial de Huesca, se ha intentado controlar y regular el alojamiento turístico en viviendas de turismo rural. Así, los Artículos 2.º.1.a y 2.º.1.c del Decreto 69/1997, de 27 de mayo del gobierno de Aragón por el que se aprueba el Reglamento sobre Ordenación y Regulación de los Alojamientos Turísticos denominados Viviendas de Turismo Rural dice lo siguiente:

«Para poder solicitar la calificación de Vivienda de turismo Rural, se deberán reunir además las siguientes condiciones:

* Tratarse de un edificio tradicional o que sin serlo se adecúe a las características arquitectónicas de la zona donde se encuentre situado.

* Ubicarse en un núcleo urbano de menos de 1000 habitantes o en los casos en que ésta sea superior, que esté situada fuera del casco urbano.»

Y también en las Bases del Plan de Turismo Verde del año 1992 aprobadas por la Diputación Provincial de Huesca, que regulaban los requisitos a cumplir por aquellos particulares que deseaban acceder a las ayudas para rehabilitar edificios con destino a alojamiento turístico rural, en el punto 8.º de las condiciones generales se decía:

«Las solicitudes de inclusión en el Plan de Turismo Verde irán acompañadas de un proyecto urbanístico cuando las obras afecten a la estructura. Las actuaciones lo serán siempre sobre edificaciones existentes, teniendo preferencia las que se encuentren insertas en el casco urbano sobre las dispersas, y respetarán el ambiente urbanístico general del lugar donde se construyan. Las Mancomunidades podrán fijar otras condiciones urbanísticas suplementarias de las normas municipales o de superior rango, en aquellas edificaciones que pretendan acogerse al Plan.»

Son ejemplos de cómo pueden tutelarse unas rehabilitaciones turísticas utilizando el urbanismo para conseguir un desarrollo turístico sostenible.

* Un segundo mecanismo que poseen las autoridades locales para evitar que el desarrollo turístico cause daños al medio ambiente es el *otorgamiento de licencias*. No se concibe que ese otorgamiento se realice al margen de toda consideración medioambiental.

* El tercer mecanismo es el que hace referencia a la *elaboración de ordenanzas* relacionadas con los aspectos ambientales.

Estos tres mecanismos demuestran que las autoridades locales tienen capacidad para intervenir en una problemática importante en el desarrollo del municipio.

C) Principios de desarrollo turístico sostenible

Estos principios de desarrollo turístico sostenible pueden condensarse en los siguientes:

* Los recursos naturales, paisajísticos, históricos, culturales o de otro tipo utilizados por el turismo se conservan para poder ser utilizados en el futuro, reportando al mismo tiempo beneficios a la sociedad

actual. Si estos recursos llegan a degradarse, el turismo deja de acudir. Representaciones como *La Morisma* o el *Descenso de Navatas* en Aínsa, la *Exaltación del Traje Típico* de Ansó o la *Actuación de los danzantes* de Huesca son mucho más que manifestaciones de una tradición popular. Es más, alguna de ellas se ha visto potenciada gracias al desarrollo turístico. A su vez, la conservación de estos recursos contribuye a que los residentes los aprecien en mayor medida.

* Si una administración local quiere que su desarrollo turístico sea sostenible y duradero debe planificarlo de manera que no produzca efectos contraproducentes en el medio ambiente. Ello puede contribuir a que los residentes sean conscientes de que la calidad del entorno que les rodea hace que llegue el turismo, con lo que apoyan fervientemente su conservación.

* La planificación de un desarrollo sostenible, generalmente, consigue que los beneficios del turismo se repartan entre la colectividad local. Aquellos proyectos turísticos que son consensuados entre y con los residentes de la zona tienen una repercusión socioeconómica muy beneficiosa. Consecuencia de ello, la participación crea oportunidades para todos los sectores sociales, incluyendo a los menos favorecidos como mujeres, jóvenes e incluso discapacitados.

III. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS LOCALES

1. Clasificación

Las administraciones locales, después de analizar las nuevas tendencias turísticas y de haber planificado un plan o programa de desarrollo turístico sostenible, debe evaluar y recopilar cuidadosamente sus recursos turísticos. Es una fase importante. Los responsables de la planificación deben conocer sus potencialidades para concluir sabiendo cual es la modalidad más adecuada de turismo.

Ciertamente, en España hay provincias con una mayor variedad de recursos turísticos que otras, pero seguro que a la hora de realizar un inventario, todas pueden ofrecer los suficientes atractivos como para desarrollar una planificación turística.

Aun cuando el estudio de estos recursos se desarrolla con mayor definición en otras ponencias, sí que querría, de manera esquemática, referirme a cómo en la provincia de Huesca realizaríamos un inventario de recursos:

* *Actividades relacionadas con el entorno natural.* Estaciones de esquí, (Huesca es una de las provincias con mayor oferta en las modalidades de alpino, fondo u otras), *espeleología*, *escalada en hielo* y

roca, *actividades relacionadas con el agua* (piragüismo en el río Cinca, Ara o Gállego, rafting en estos mismos ríos, los mejores descensos de barrancos de toda Europa en la Sierra de Guara, Sobrarbe o Ribagorza, buceo bajo hielo en los ibones del Pirineo, actividades de recreo en los pantanos, etc), *actividades aéreas* (parapente y ala delta en El Alto Esera, y especialmente en Castejón de Sos, vuelo sin motor en Monflorite, aeródromos en Santa Cilia, Benabarre, etc.), *deportes de montaña* (montañismo, senderismo en alguno de los senderos de gran o pequeño recorrido que jalonan la provincia, etc.)

Otras actividades que atraen a un gran número de visitantes son la caza y la pesca, la micología u otras más novedosas como la observación de pájaros u otros animales (sobre todo para el turismo holandés y belga) o la astrología.

* *Actividades relacionadas con el entorno cultural.* Son innumerables las muestras. Villas romanas, iglesias, catedrales, ermitas, puentes, arquitectura civil y militar, plazas, edificios, jardines, etc.

* *Otras actividades culturales.* Dances, trajes típicos, música, representaciones, teatro, festivales, artesanía, etc.

* *Turismo urbano.* Cascos históricos, museos, edificios de interés, gastronomía en restaurantes afamados, ciclos de música, teatro, festivales, recintos feriales, y otras actividades relacionadas con la ciudad.

* *Turismo de salud.* También Huesca ofrece una correcta oferta de balnearios.

* *Turismo rural o verde.* La provincia de Huesca comercializa la mayor oferta de alojamientos de turismo rural y verde de toda España. Esta oferta variadísima contempla la posibilidad de alojarse en casas rurales, en apartamentos rurales, hoteles familiares rurales o albergues rurales. Solamente la *Central de Reservas de Turismo Verde* dependiente de la Diputación Provincial de Huesca comercializa la siguiente oferta:

ESTABLECIMIENTOS	Propietarios	Unidades alojamiento	Plazas	% plazas.
Casas y apartamentos	119	187	1.173	34,3%
Habitaciones	95	389	1.004	29,4%
Hoteles familiares rurales	24	246	643	18,8%
Albergues	15	597	597	17,5%
Empresas de servicios	15			
Total	250	1419	3417	100,0%

* *Turismo religioso o de peregrinaje*. Destinos como Torreciudad atraen a miles de personas. Las fiestas de los pueblos, las romerías u otras manifestaciones religiosas atraen también a un gran número de visitantes.

* *Turismo de «raíces»*. No debemos olvidar a todos aquellos que en su día emigraron y que en determinadas épocas del año o puntualmente vuelven a reencontrarse con sus orígenes en los sitios donde se nació, se trabajó o estudió.

Si hiciéramos el ejercicio de que una autoridad local cualquiera realizase en estos momentos un inventario de sus recursos turísticos, es prácticamente seguro que en el anterior desglose encontraría un buen puñado de ellos.

2. Otras consideraciones

Además de hacer un recuento y análisis de los recursos, las autoridades locales deben tener en cuenta lo siguiente:

* El desarrollo actual de las instalaciones (hoteles, campings o casas de turismo rural) existentes en su zona, dado que es muy importante que las mismas se vayan adecuando a la planificación turística sostenible que los gestores locales han elaborado.

* La disponibilidad y cualificación de la mano de obra necesaria para llevar los proyectos adelante. De nada sirve llegar a la conclusión de que es necesario desarrollar, por ejemplo, un programa de guías deportivos y de la naturaleza si no tenemos para ello gente joven o bien si esta misma gente joven no ha tenido la formación necesaria para ello.

* Experiencias de desarrollo turístico y de actividades puestas en marcha por territorios o comunidades vecinas. En nuestro caso, los programas desarrollados por Navarra, Cataluña o Francia pueden ser muy útiles para saber cómo se pusieron en práctica y cuáles fueron los resultados obtenidos, tanto sus éxitos como sus fracasos. A su vez, puede servir para reorientar nuestra planificación si nos percatamos que en una zona próxima se observa una saturación o sobredimensionamiento de determinadas actividades.

* Las recomendaciones formuladas en los planes de desarrollo turístico por la Administración Central, Autonómica, Provincial, etc. También se tendrán muy en cuenta aquellas descritas en los Planes de Excelencia Turística.

* El desarrollo de determinadas infraestructuras como los accesos por carretera, telefonía rural, abastecimiento de agua, hospitales, ges-

ción de los residuos, etc. Sin duda, en el desarrollo turístico de nuestro Pirineo, la carencia o el mal estado de determinadas infraestructuras es un obstáculo, a veces insalvable, a la hora de planificar el desarrollo turístico.

* La compatibilidad del desarrollo turístico con otras actividades económicas ya existentes, algunas desde tiempos inmemoriales. El turismo nunca debe enfrentarse y hacer disminuir o desaparecer una serie de usos económicos que han sido el medio de subsistencia de los residentes de la zona. De ahí la necesidad de que el desarrollo turístico sea sostenible y no haga desaparecer actividades como la agricultura o la ganadería de montaña, el pequeño comercio o la artesanía. La problemática que generalmente surge cuando se declaran zonas protegidas como parques naturales, reservas naturales, etc., es la sensación o la realidad que los residentes constatan en cuanto a que se les imposibilita la realización de actividades como labores agrícolas, ganaderas o cinegéticas.

* Otro aspecto no menos importante es el nivel de seguridad ciudadana. Altos índices de delincuencia, robos o simplemente la sucesión de actos de gamperrismo o un alto volumen de tráfico de drogas pueden hacer desistir a potenciales turistas.

* Por último, otro de los aspectos fundamentales es la capacidad financiera que los residentes de la zona tengan para poder acometer inversiones en desarrollo turístico.

3. Los recursos ambientales

Como complemento y conclusión a este apartado, cabría destacar la importancia de los recursos ambientales como recurso turístico. Los recursos ambientales son bienes perecederos y de difícil recuperación. Por todo ello, deben existir límites al uso de estos recursos. Una planificación de desarrollo turístico debe tener en cuenta que el crecimiento tiene un umbral, llamado *capacidad de carga* que no puede desbordarse. No es una cuestión de prohibir por prohibir, pero no cabe duda que un uso excesivo de los recursos, y existen muchos ejemplos que lo corroboran, puede acarrear su destrucción.

- ¿Cuántos visitantes admite un parque nacional?
- ¿Cuántos visitantes admite una cueva, una gruta, una sima?
- ¿Cuántos recolectores de setas pueden entrar en un coto?
- ¿Cuántas piezas pueden cazarse en una zona?
- ¿Cuántos hoteles pueden construirse en una localidad?
- ¿Cuántas casas de turismo rural pueden tener abiertas sus puertas?

Realmente es difícil responder a estas u otras preguntas. Pero lo cierto es que si se llega a la saturación se depreciará la calidad del producto, con los consiguientes problemas medioambientales y sociales.

La saturación en los sitios turísticos debe preverse para adoptar antes las medidas adecuadas. Las tres reacciones básicas a la saturación son:

* Aumento de la capacidad del sitio, ampliando los servicios, las infraestructuras, las instalaciones y los equipos de transporte, fomentando de esta forma las instalaciones de grupo.

* Limitación del número de visitantes, especialmente en períodos punta. Esta limitación numérica puede lograrse de varias formas:

- Con medidas de autolimitación (incremento de precios).
- Cierre de puntos vulnerables.
- Limitación del acceso reduciendo el número de plazas.
- Con sistemas de reserva obligatoria para poder acceder.
- Fijando un número limitado de personas que pueden acceder a determinadas instalaciones o servicios.
- Fijando números máximos de unidades de alojamiento.

* Mediante la dispersión de la presión, desconcentrando la oferta en varios puntos de la misma zona o comarca. Un buen ejemplo de ello son los planes de turismo verde auspiciados por la Diputación Provincial de Huesca; en ellos siempre se ha buscado dispersar la oferta, no permitiendo alojamientos rurales en aquellos sitios donde la oferta hotelera es ya numerosa.

Otra manera de reducir la presión de la demanda turística es intentar reducir la estacionalidad del turismo en determinados períodos del año, mediante mecanismos de precios, con técnicas de marketing y promoción y fomentando determinados tipos de turismo.

4. Ventajas del uso sostenible de los recursos

Un modelo de planificación turística basado en el uso sostenible de los recursos exige que el mismo tenga lugar por debajo del umbral de su capacidad de carga para asegurar su conservación. ¿Cómo se traduce lo anterior en ventajas?:

* *Mejora su futuro desarrollo.* Una zona que tenga problemas ambientales (problemas en la gestión de los residuos sólidos, aguas contaminadas, restricciones en el abastecimiento de agua por sobresa-

turación turística, erosión del terreno, etc) es, a la larga, un destino «poco atractivo» para el turista.

* *Facilita la creación de empleo.* El medio ambiente crea empleo: guardas forestales, guías de la naturaleza, etc.

* *Proporciona nuevas oportunidades de negocio.* Es un vehículo importante para potenciar un turismo alternativo como los descritos anteriormente: turismo verde y rural, turismo en espacios naturales, agroturismo, deportes de aventura, turismo activo y, en definitiva, nuevas fórmulas de ecoturismo.

* *Mejora la imagen de la acción política.* La aceptación por parte de los responsables políticos, agentes sociales y agentes económicos de la idea de que el turismo debe ser sostenible facilita enormemente el discurrir de la acción política, eliminando tensiones y dificultando las bolsas de fraude y especulación.

* *Facilita el cumplimiento de la normativa vigente.* Existen muchas disposiciones reglamentarias de obligado cumplimiento para la colectividad local promulgadas por la autoridad comunitaria, estatal o autonómica. Una correcta planificación turística basada en el uso sostenible de los recursos facilita su cumplimiento.

* *Es un ejemplo de educación ambiental tanto para los residentes como para los turistas.* Facilita la conservación de parques, jardines, mobiliario, la gestión de los residuos, etc.

IV. TIPOLOGÍA DEL CLIENTE. CLIENTE TIPO DEL TURISMO RURAL

Este apartado está íntimamente ligado a los dos anteriores. Las autoridades y los agentes económicos y sociales locales que quieren llevar a cabo un desarrollo turístico deben, además de conocer cuáles son las nuevas tendencias y las modalidades de turismo y de realizar un inventario de sus recursos, conocer y saber qué tipo de turistas quieren que visiten su zona. Está claro que las autoridades y empresarios de una zona de turismo masivo de playa orientan sus políticas, sus establecimientos, su promoción y su comercialización hacia un segmento turístico concreto; pues exactamente lo mismo debe realizarse en las zonas que ofrecen nuevos mercados y nuevos productos turísticos basados en un turismo sostenible.

Vamos a desarrollar lo anterior con un ejemplo práctico. Supongamos que en la provincia de Huesca unos responsables políticos locales y otros agentes económicos y sociales quieren desarrollar la práctica del turismo rural o verde. Además de fomentar la rehabilita-

ción de edificios para alojamientos rurales y así poder contar con una oferta adecuada, se plantean a continuación que es necesario comercializar y promocionar esta red de alojamientos. Esto podrían realizarlo mediante la constitución de una central de reservas o su adscripción a otra ya existente, así como con la presencia en ferias, actos de promoción, edición de guías, revistas, etc. Después de pensarlo, deciden ponerse en contacto con la Central de Reservas de Turismo Verde de la Diputación Provincial de Huesca, la cual comercializa, como se indicaba en algún apartado anterior, una amplia red de alojamientos rurales en toda la provincia de Huesca. Los datos y estadísticas elaboradas por dicha Central durante los años que lleva funcionando, proporcionan a las autoridades locales una información de primera mano muy valiosa con la cual poder llevar a cabo, posteriormente, sus campañas de promoción y comercialización.

1. ¿De dónde vienen los turistas que hacen turismo rural?

ORIGEN DE LAS RESERVAS. DATOS 1998

GENERAL						
ZONA	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernocatas	Gasto	% Gasto
España	3.740	14.681	16.623	67.164	111.785.064	93,5%
Estranjero	143	957	753	5.214	7.719.506	6,5%
	3.883	15.638	17.376	72.378	119.504.570	100,0%

Estadísticas elaborados por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

ESPAÑA. COMUNIDADES AUTÓNOMAS						
C. AUTÓNOMA	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernocatas	Gasto	Gasto %
Cataluña	706	3.021	3.214	14.564	24.343.859	21,8%
Aragón	1.045	3.063	4.643	13.936	22.372.831	20,0%
Madrid	519	2.461	2.095	10.606	18.432.647	16,5%
C. A. Valencia	416	2.159	1.873	10.165	17.479.423	15,6%
Andalucía	554	1.630	2.736	7.695	12.685.070	11,3%
País Vasco	157	581	651	2.403	4.840.214	4,3%
Murcia	48	352	217	1.723	2.470.975	2,2%
Castilla León	59	272	264	1.103	2.133.586	1,9%
Navarra	69	407	332	2.185	1.897.564	1,7%
C. La Mancha	46	196	158	669	1.344.418	1,2%
Canarias	25	144	97	624	1.062.889	1,0%
Galicia	18	78	67	345	568.482	0,5%
La Rioja	28	82	105	318	545.071	0,5%
Cantabria	13	63	54	241	472.652	0,4%

Baleares	17	72	53	230	460.388	0,4%
Asturias	10	45	29	138	322.618	0,3%
Extremadura	8	36	26	120	242.600	0,2%
Ceuta	2	19	9	99	109.775	0,1%
	3.740	14.681	16.623	67.164	111.785.064	100,0%

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

ESPAÑA POR PROVINCIAS						
PROVINCIA	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernocatas	Gasto	% Gasto
Zaragoza	1.005	2.923	4.421	13.200	21.179.269	18,9%
Barcelona	544	2.395	2.388	10.798	18.554.969	16,6%
Madrid	519	2.461	2.095	10.606	18.432.646	16,5%
Valencia	261	1.357	1.208	6.421	11.020.253	9,9%
Huesca	488	1.220	2.409	5.850	9.635.003	8,6%
Alicante	102	575	471	2.928	4.800.056	4,3%
Tarragona	99	330	466	1.579	2.717.972	2,4%
Murcia	48	352	217	1.723	2.470.975	2,2%
Vizcaya	77	315	306	1.217	2.418.598	2,2%
Navarra	69	407	332	2.185	1.897.564	1,7%
Guipuzcoa	62	211	252	880	1.861.298	1,7%
Castellón	53	227	194	816	1.659.114	1,5%
Girona	35	200	158	962	1.584.418	1,4%
Lleida	28	96	202	1.225	1.486.501	1,3%
Teruel	40	140	222	736	1.193.560	1,1%
Sevilla	23	141	75	462	846.875	0,8%
Valladolid	23	114	85	415	753.026	0,7%
Palmas	14	72	58	366	661.936	0,6%
Cádiz	15	83	63	454	643.216	0,6%
Burgos	15	67	87	310	610.550	0,5%
Álava	18	55	93	306	560.318	0,5%
La Rioja	28	82	105	318	545.071	0,5%
Cantabria	13	63	54	241	472.652	0,4%
Baleares	17	72	53	230	460.388	0,4%
Albacete	8	51	33	189	421.202	0,4%
Almería	5	56	23	267	411.300	0,4%
S.C. Tenerife	11	72	39	258	400.953	0,4%
A Coruña	11	53	35	214	374.400	0,3%
Ciudad Real	14	63	41	194	362.466	0,3%
Granada	8	37	78	156	338.350	0,3%
Asturias	10	45	29	138	322.618	0,3%
Guadalajara	13	40	55	157	298.600	0,3%
Córdoba	4	34	36	192	292.164	0,3%
Salamanca	4	21	23	121	259.706	0,2%
Jaén	3	16	22	144	230.500	0,2%

Málaga	6	35	22	138	228.700	0,2%
Badajoz	5	29	15	98	209.500	0,2%
Pontevedra	7	25	32	131	194.082	0,2%
Soria	6	17	40	114	192.500	0,2%
Cuenca	4	18	17	81	146.500	0,1%
Toledo	7	24	12	48	115.650	0,1%
Ceuta	2	19	9	99	109.775	0,1%
Segovia	4	21	8	42	104.500	0,1%
Palencia	3	11	13	59	84.000	0,1%
Leon	2	12	4	24	66.174	0,1%
Huelva	2	8	8	32	58.960	0,1%
Zamora	1	5	2	10	43.870	0,0%
Caceres	3	7	11	22	33.100	0,0%
Ávila	1	4	2	8	19.260	0,0%
	3.740	14.681	16.623	67.164	111.785.058	100,0%

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

EXTRANJERO

ZONA	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernoctas	Gasto	% Gasto
U. E.	140	951	746	5.199	7.693.417	99,7%
Resto del mundo	3	6	7	15	26.089	0,3%
	143	957	753	5.214	7.719.506	100,0%

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

PAÍS	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernoctas	Gasto	% Gasto
Francia	105	674	571	3.670	5.700.682	73,8%
Bélgica	15	157	87	887	1.206.920	15,6%
Gran Bretaña	6	27	20	110	182.300	2,4%
Holanda	3	29	16	186	234.000	3,0%
Alemania	5	38	26	250	202.976	2,6%
Portugal	3	4	18	26	47.000	0,6%
Dinamarca	1	13	4	52	78.000	1,0%
Israel	2	3	4	6	12.500	0,2%
Italia	2	9	4	18	41.540	0,5%
USA	1	3	3	9	13.589	0,2%
	143	957	753	5.214	7.719.506	100,0%

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

Con los datos anteriores, las autoridades locales saben donde realizar sus campañas de promoción, a qué ferias acudir, qué ciudades son las más interesantes para realizar sus «buzoneos» con propaganda, etc.

2 ¿Qué tipo de alojamiento rural desean?

TIPO DE ALOJAMIENTO	N.º reservas	N.º noches	N.º personas	Pernoctas	Gasto	% Gasto
Apartamento o casa	2.207	10.322	11.275	52.660	75.963.503	63,6%
Habitaciones	900	2.995	2.702	9.133	17.350.209	14,5%
Hotel Familiar	627	1.979	2.117	6.928	19.538.405	16,3%
Rural						
Albergue	99	288	1.013	3.657	5.549.896	4,6%
Servicios	50	54	269	0	1.102.557	0,9%
	3.883	15.638	17.376	72.378	119.504.570	100,0%

Estadística elaborada por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

La conclusión de las autoridades locales es clara. Deben orientar a los particulares para que cuando decidan rehabilitar una vivienda y destinarla a turismo rural o verde sea el apartamento o casa el tipo de alojamiento previsto, dado que los clientes es lo que piden en mayor medida, (un 63,6%)

3. ¿Cuál es su perfil profesional?

Universo:

5.028 clientes que realizaron al menos una reserva a través de la Central de Turismo Verde hasta el año de 1997

	Clientes	% s/total	% s/grupo
1. Profesiones liberales, empresarios, directivos y técnicos cualificados de empresa, licenciados, catedráticos y profesores de E.M. o Universidad, artistas,...	1.584	31,50%	
a. Profesionales liberales	182	3,62%	11,49%
b. Asesores, directivos y técnicos de empresa.	279	5,55%	17,61%
c. Periodistas	33	0,66%	2,08%
d. Profesiones relacionadas con la cultura salvo enseñanza	28	0,56%	1,77%
e. Biólogos y veterinarios	46	0,91%	2,90%
f. Catedráticos y profesores de EM o Universidad	466	9,27%	29,42%
g. Empresarios	177	3,52%	11,17%
h. Ingenieros y arquitectos	172	3,42%	10,86%
i. Médicos	138	2,74%	8,71%

j. Técnicos de la Admón Pública	44	0,88%	2,78%
z. Otras profesiones	19	0,38%	1,20%

Clientes % s/total % s/grupo

2. Profesiones de ejercicio libre de grado medio, técnicos y diplomados universitarios, mandos intermedios de empresas,...	699	13,90%	
a. Agentes comerciales e intermediarios de servicios	191	3,80%	27,32%
b. Profesiones de ejercicio libre de grado medio	69	1,37%	9,87%
c. Profesiones de trabajo social	30	0,60%	4,29%
d. Profesiones relacionadas con la sanidad	95	1,89%	13,59%
e. Profesiones relacionadas con el turismo	55	1,09%	7,87%
f. Arquitectos e ingenieros técnicos	65	1,29%	9,30%
g. Profesores de E Primaria o similares	124	2,47%	17,74%
h. Otros diplomados universitarios	8	0,16%	1,14%
i. Mandos intermedios de la empresa privada	51	1,01%	7,30%
j. Transportistas	7	0,14%	1,00%
z. Otras profesiones	4	0,08%	0,57%

Clientes % s/total % s/grupo

3. Profesionales de oficios, trabajadores especializados y personal administrativo de la Admón. Pública y la empresa privada.	1.941	38,60%	
a. Administrativos y auxiliares de la Admón Pública	727	14,46%	37,45%
b. Administrativos y auxiliares de la empresa privada	302	6,01%	15,56%
c. Profesiones auxiliares de la sanidad	59	1,17%	3,04%
d. Profesiones relacionadas con la educación, el trabajo social, el medio ambiente o el turismo	77	1,53%	3,97%
e. Especialistas en audio y vídeo	10	0,20%	0,52%
f. Operadores y programadores informáticos	121	2,41%	6,23%
g. Empleados de banca	97	1,93%	5,00%
h. Otros oficios y profesiones especializados de los servicios	162	3,22%	8,35%
i. Empleados de Telefónica, Renfe, Cías Eléctricas,	64	1,27%	3,30%
j. Otros oficios y profesiones de la industria	290	5,77%	14,94%
k. Agricultores y ganaderos	18	0,36%	0,93%
z. Otras profesiones	14	0,28%	0,72%

Clientes % s/total % s/grupo

4. Trabajadores no cualificados de la Admón. Pública y de la empresa privada	361	7,18%	
a. Subalternos de la Admón Pública	41	0,82%	11,36%
b. Empleados de la empresa privada	292	5,81%	80,89%
c. Pensionistas	28	0,56%	7,76%

	Clientes	% s/total	% s/grupo
5. Otros grupos.	443	8,81%	
a. Amas de casa	106	2,11%	23,93%
b. Estudiante	321	6,38%	72,46%
c. Parado	16	0,32%	3,61%
Total clientes	5.028		

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca

Y si no nos interesase por grupos de profesiones, sino desagregado, las estadísticas de la Central de Reservas nos dicen que han realizado reservas los siguientes clientes:

Profesiones	Clientes	% s/total
3. a. Administrativos y auxiliares de la Admón Pública	727	14,46%
1. f. Catedráticos y profesores de EM o Universidad	466	9,27%
5. b. Estudiante	321	6,38%
3. b. Administrativos y auxiliares de la empresa privada	302	6,01%
4. b. Empleados de la empresa privada	292	5,81%
3. j. Otros oficios y profesiones de la industria	290	5,77%
1. b. Asesores, directivos y técnicos de empresa.	279	5,55%
2. a. Agentes comerciales e intermediarios de servicios	191	3,80%
1. a. Profesionales liberales	182	3,62%
1. g. Empresarios	177	3,52%
1. h. Ingenieros y arquitectos	172	3,42%
3. h. Otros oficios y profesiones especializados de los servicios	162	3,22%
1. i. Médicos	138	2,74%
2. g. Profesores de E Primaria o similares	124	2,47%
3. f. Operadores y programadores informáticos	121	2,41%
5. a. Amas de casa	106	2,11%
3. g. Empleados de banca	97	1,93%
2. d. Profesiones relacionadas con la sanidad	95	1,89%
3. d. Profesiones relacionadas con la educación, el trabajo social, el medio ambiente o el turismo	77	1,53%
2. b. Profesiones de ejercicio libre de grado medio	69	1,37%
2. f. Arquitectos e ingenieros técnicos	65	1,29%
3. i. Empleados de Telefónica, Renfe, Cías Eléctricas,	64	1,27%
3. c. Profesiones auxiliares de la sanidad	59	1,17%
2. e. Profesiones relacionadas con el turismo	55	1,09%
2. i. Mandos intermedios de la empresa privada	51	1,01%
1. e. Biólogos y veterinarios	46	0,91%
1. j. Técnicos de la Admón Pública	44	0,88%
4. a. Subalternos de la Admón Pública	41	0,82%
1. c. Periodistas	33	0,66%
2. c. Profesiones de trabajo social	30	0,60%
1. d. Profesiones relacionadas con la cultura salvo enseñanza	28	0,56%

4. c. Pensionistas	28	0,56%
1. z. Otras profesiones	19	0,38%
3. k. Agricultores y ganaderos	18	0,36%
5. c. Parado	16	0,32%
3. z. Otras profesiones	14	0,28%
3. e. Especialistas en audio y vídeo	10	0,20%
2. h. Otros diplomados universitarios	8	0,16%
2. j. Transportistas	7	0,14%
2. z. Otras profesiones	4	0,08%
Total clientes	5.028	

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

Ya tenemos el perfil de nuestros clientes de turismo rural. Sabemos a quién dirigimos, donde trabajan, cómo serán sus ingresos y su capacidad de gasto, cuál puede ser su nivel cultural, etc.

4. Grado de satisfacción del cliente

Otra estadística importante es la que nos dice el grado de satisfacción de los clientes que han realizado una reserva a través de la Central de Turismo Verde. Con los resultados obtenidos, sabremos donde tenemos que mejorar, tanto en nuestras infraestructuras como en nuestros servicios. Según los datos de 1996, tendríamos:

EMPRESAS DE SERVICIOS

Elementos que se valoran	Valoración realizada				
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfecho	No contesta
<i>Puntualidad</i>	71%	29%	0%	0%	0%
<i>Estado del material</i>	14%	86%	0%	0%	0%
<i>Organización</i>	29%	71%	0%	0%	0%
<i>Trato personal</i>	86%	14%	0%	0%	0%
<i>Respeto al entorno</i>	29%	71%	0%	0%	0%
<i>Información recibida</i>	29%	71%	0%	0%	0%
<i>Estado de las carreteras</i>	0%	71%	0%	29%	0%
<i>Señalización</i>	29%	29%	29%	14%	0%
<i>Servicios públicos</i>	0%	100%	0%	0%	0%

ALOJAMIENTOS

Elementos que se valoran	Valoración realizada				
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfecho	No contesta
<i>Trato del propietario</i>	68%	28%	4%	0%	0%
<i>Limpieza del alojamiento</i>	63%	35%	2%	0%	0%
<i>Calefacción</i>	15%	32%	6%	1%	46%
<i>Menaje cocina</i>	21%	76%	3%	0%	0%
<i>Comidas</i>	51%	45%	0%	0%	4%
<i>Lencería</i>	49%	35%	4%	0%	13%
<i>Camas</i>	47%	40%	6%	1%	6%
<i>Mobiliario</i>	36%	56%	7%	1%	0%
<i>Decoración</i>	32%	58%	10%	1%	0%
<i>Estado del edificio</i>	60%	38%	1%	0%	0%
<i>Integración en el entorno</i>	69%	26%	5%	0%	0%
<i>Estado de las carreteras</i>	15%	50%	28%	7%	0%
<i>Señalización</i>	27%	35%	21%	18%	0%
<i>Servicios públicos</i>	5%	72%	10%	10%	2%

Estadísticas elaboradas por la Central de Turismo Verde y por la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

5. ¿A qué dedican su tiempo de ocio?

Y si quisiéramos saber a qué dedican el tiempo libre los clientes de los alojamientos de turismo verde y rural (datos también de 1996), obtendríamos unos datos muy interesantes para orientar nuestras empresas turísticas.

DESGLOSE DE LAS ACTIVIDADES

Rutas paisajísticas	75%
Visitas a monumentos y museos	64%
Excursiones a caballo	15%
Nieve	15%
Senderismo	13%
Descanso	10%
Descenso de barrancos	9%
Deportes aéreos	4%
Excursiones en bicicleta	4%
Ornitología	1%
Otras	10%

Estadísticas elaboradas por la Central de turismo Verde y la Sección de Desarrollo de la Diputación Provincial de Huesca.

V. BENEFICIOS Y DESVENTAJAS DEL TURISMO PARA LA COLECTIVIDAD LOCAL

1. Introducción

El turismo es una actividad y un fenómeno que puede reportar tanto beneficios como problemas para la colectividad local. Si está bien planificado y gestionado suele generar abundantes puestos de trabajo e ingresos para las economías de los residentes en una zona turística. Eso se traduce posteriormente en un incremento del nivel de vida y en un crecimiento de los negocios. A su vez, si el desarrollo turístico es sostenible, puede potenciar otros sectores de la economía, como la agricultura, el comercio o la artesanía.

Sin embargo, si el turismo no está bien planificado, desarrollado y gestionado puede ser causa de congestión, contaminación u otros problemas ambientales. También puede provocar la animadversión de los residentes hacia el turismo.

2. Beneficios derivados del turismo

Como se comentaba anteriormente, si se planifica, desarrolla y gestiona el turismo de una forma correcta, puede reportar a la colectividad local muchos beneficios, entre ellos:

** Genera nuevos puestos de trabajo.* El turismo puede generar empleo en general; y es especialmente beneficioso el que se crea entre los jóvenes, las mujeres y los discapacitados. Este empleo no sólo se crea directamente en los hoteles, bares o restaurantes, sino que también se crea en aquellos que proveen de materias primas o productos semitransformados, como es la agricultura, la artesanía o los productos de calidad (vino, quesos, conservas, embutidos, etc). Esta generación de empleo propicia que en zonas demográficamente deprimidas como es casi toda la provincia de Huesca, la generación de puestos de trabajo entre los jóvenes mitigue la despoblación (guías de la naturaleza, guardas forestales, monitores de deportes de aventura, empresas turísticas, o proyectos de turismo rural o verde).

Esto también trae consigo un aumento del nivel de vida de la colectividad, generando unos beneficios que pueden muy bien quedarse en la zona.

** Estimula el establecimiento de empresas de turismo locales.* Se invierte capital local, se genera riqueza, beneficios y una dinámica empresarial y comercial que estimula y sirve de acicate a otras iniciativas empresariales locales. Un ejemplo claro en la provincia lo tenemos en los resultados que los distintos Centros de Desarrollo que

gestionan iniciativas comunitarias LEADER están obteniendo. El desarrollo integral de estos programas está favoreciendo que al amparo de iniciativas turísticas estén naciendo otras iniciativas locales que difícilmente hubiesen surgido de no mediar un impulso en el desarrollo turístico sostenible.

** El turismo trae consigo la necesidad de mejorar las infraestructuras.* El desarrollo turístico necesita carreteras en condiciones, abastecimiento de agua, suministro de energía eléctrica, una red correcta de hospitales y centros de salud, una buena cobertura de telefonía, acceso a las telecomunicaciones. Al realizarse estas infraestructuras, no sólo se permite que el turismo acceda a estas zonas, sino que a la vez se mejora la calidad de vida de los residentes. El hecho, por ejemplo, de que se estén rehabilitando casas en numerosos pueblos de la provincia (yo diría que en todos los pueblos está sucediendo), algunos de ellos deshabitados hace algún tiempo o casi deshabitados, trae consigo la necesidad de dotarlos o mejorar la dotación de infraestructuras básicas como la luz, el agua y los accesos. De estas mejoras también se benefician los residentes.

** El turismo abre nuevos mercados* a los productos provenientes de la agricultura, la ganadería, la artesanía, etc. También es de destacar la importancia del turismo en el sector de la construcción, favoreciendo a las pequeñas empresas constructoras locales y a otros gremios como fontaneros, carpinteros, electricistas, etc.

** El turismo estimula al sector minorista y las instalaciones culturales y recreativas.* El turismo estimula el comercio local. Se abren pequeñas tiendas de comestibles, de venta de productos típicos y de artesanía, etc. También se incrementa el patrimonio común de la colectividad. Se marcan senderos, se habilitan merenderos, zonas verdes, miradores, lugares de descanso, centros culturales, etc, de los que no sólo se benefician los turistas, sino todos los residentes. Además, el pago por parte de los turistas por el uso y disfrute de alguna de estas instalaciones ayuda a financiarlas. Así pues, el turismo puede contribuir y justificar la financiación del esfuerzo conservador de zonas naturales, sitios históricos, tradiciones culturales, etc.

** El turismo puede ayudar a mejorar la calidad ambiental del entorno,* dado que los turistas pueden preferir visitar lugares limpios y no contaminados.

** Los empleados en el turismo amplían su formación laboral,* aprendiendo nuevas tecnologías. Esto impulsa el desarrollo de los recursos humanos locales.

** El turismo genera ingresos fiscales locales,* provenientes de tributos como el Impuesto de Actividades Económicas, el Impuesto de

Bienes Inmuebles, el Impuesto sobre Vehículos, tasas o contribuciones especiales que ayudan a financiar los servicios comunitarios y equipamientos como escuelas, centros de salud, carreteras, etc

* *El turismo estimula un sentido de identidad colectiva* y un renovado orgullo al ver cómo los visitantes admiran y aprecian el legado cultural, patrimonial y paisajístico existente en su territorio.

3. Desventajas del turismo

Si el turismo no está bien planificado, desarrollado y gestionado, puede crear serios problemas para la colectividad local, entre ellos:

* *Problemas de tráfico y de ruidos.* La congestión del tráfico rodado no sólo afecta al turista que no encuentra aparcamiento, sino que también puede afectar al residente o a residentes de localidades cercanas que se acercan a comprar o a realizar trámites burocráticos. Además, este elevado número de vehículos produce un considerable nivel de ruidos y un alto grado de contaminación derivado de la combustión.

* *Contaminación del agua* derivada de una gestión inadecuada de residuos sólidos en hoteles y complejos turísticos y de deficientes sistemas de alcantarillado.

* *Las zonas turísticas pueden perder su atractivo* por culpa de malos hábitos o suciedad creada por los propios turistas (pintadas, actos de gamberrismo, etc)

* *Contaminación visual y riesgos ambientales.* Paisajes afeados por un mal diseño de los hoteles o deficiente distribución de instalaciones, insuficientes zonas verdes, riesgos de erosión u otras catástrofes por la inadecuada ubicación de determinadas instalaciones, etc.

* *La afluencia incontrolada de visitantes* a parques naturales, sitios arqueológicos o históricos puede llevar a su degradación y puede perturbar el hábitat de numerosas especies, sobre todo aquellas más amenazadas de desaparición.

* *Merma del sentido de identidad cultural* si se comercializa en exceso, se trivializa o se adultera la cultura, las tradiciones culturales o la artesanía popular. Ello trae consigo que muchos jóvenes no se identifiquen con sus tradiciones o su cultura, adoptando rápidamente las pautas del visitante. El mimetismo en los jóvenes residentes hacia formas de vestir y comportarse de los turistas puede generar problemas sociales y pérdida de identidad cultural. Pueden surgir conflictos entre residentes y turistas por razón de lengua, costumbres y pautas de conducta. Pueden incrementarse problemas sociales como la droga o el alcoholismo.

También puede suceder que la afluencia excesiva de visitantes a parques, museos, etc., sea tal que los residentes no tengan la posibilidad de acceder a los mismos. También esto se traduce en una animadversión al visitante.

* *El volumen de beneficios de la colectividad local puede verse disminuido* si la mayoría de las empresas o de los puestos de trabajo creados son de gente de fuera de la zona. Lo mismo ocurre si las materias primas o los productos puestos a la venta se adquieren fuera, sin generar riqueza a los residentes.

* *La especulación del terreno* puede traer consigo la subida local del precio de la tierra y de los bienes. El residente que quiere adquirir un piso en su localidad puede comprobar cómo el incremento del precio del suelo derivado de una feroz ansia por construir alojamientos para visitantes, hace que el precio de éste se incremente notablemente.

* *Una dependencia excesiva del turismo* puede traer consigo la destrucción de puestos de trabajo en otras actividades como la agricultura, la ganadería o el pequeño comercio. Este fenómeno puede constatarse en muchos pueblos del Pirineo, donde el residente ha abandonado sus campos o sus rebaños, dedicándose actualmente a la hostelería o la gestión de alojamientos rurales.

En manos de la colectividad local están buena parte de las decisiones que deben tomarse para procurar potenciar las ventajas que proporciona el turismo y reducir sus riesgos.

VI. BIBLIOGRAFÍA

BOSCH CAMPRUBÍ, R., PUJOL MARCO, L., SERRA CABADO, J. y VALLESPINÓS RIERA, F.: *Turismo y Medio Ambiente*, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., 1998.

CONSORCIO TURÍSTICO DE TIERRA ESTELLA: *1ª Jornadas Internacionales de Turismo Rural*. Navarra, 1997.

MARTÍN CABRERA, C.: *Turismo sostenible*, en *Revista Ecosistemas* año VII n.º 2, 1999.

MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO: *Manual del empresario del turismo rural*, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, 1994.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: *Guía para las Administraciones locales. Desarrollo turístico sostenible*, Madrid, 1999.

PÉREZ DE LAS HERAS, M.: *La guía del Ecoturismo*, Ediciones Mundi-Prensa, 1998.

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA: *Plan de Estrategias y Actuaciones de la Administración General del Estado en materia turística*, Madrid, 1997.

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA: *El turismo en España en 1997*, Instituto de Estudios Turísticos, Madrid, 1997.

TUDELA ARANDA, J. y otros: *Estudios sobre el Régimen Jurídico del turismo*, Diputación Provincial de Huesca, Huesca, 1997.