

La calidad en los alojamientos rurales de Asturias y Sierra Norte de Extremadura

CASAS CON ENCANTO

MARIBEL AGUILAR



Los viajeros que eligen el medio rural para disfrutar de sus vacaciones no buscan sólo tranquilidad, naturaleza y cultura, porque hoy la calidad y los detalles son exigencias cotidianas en los establecimientos turísticos. Algunas zonas españolas, como la Sierra Norte de Extremadura y Asturias, ya trabajan con sistemas de mejora que no están reñidos con la familiaridad y la cercanía y que permiten satisfacer las necesidades de cada visitante.

Tras las palabras Sierra Norte de Extremadura se esconden cuatro lugares con un solo deseo: ser el destino de los viajeros a lo largo de todo el año. El Valle del Jerte, “paraíso natural por sus ricas cerezas”, el Valle del Ambroz con sus “bosques de castaños, judería y baños termales”, la Vera “histórica y artística”, Plasencia “ciudad monumental”, Las Hurdes y Gata se han unido para consolidarse dentro del mercado turístico nacional e internacional como uno de los productos más apetecibles tanto por su diverso contenido como por la calidad de sus servicios.

Este objetivo surgió como solución al problema de la estacionalidad de las visitas que experimentaba cada una de las zonas agrupadas y a la falta de recursos para afrontar en solitario la

promoción turística de manera eficaz. Así ocurría, por ejemplo, en el Valle del Jerte, donde la llegada de la primavera era y es sinónimo de gentío y de cámaras fotográficas en busca de esa espectacular imagen que producen los cerezos en flor cubriendo la tierra. En esa época la oferta de camas era superada por una demanda en expansión, que, además, exigía comodidades; pero el resto del año los establecimientos sobrevivían a duras penas gracias a los amantes de la naturaleza que conocían previamente la zona. Tras un estudio de la situación que mostró las deficiencias y las posibilidades de desarrollo del Valle a través del turismo rural, se decidió poner en marcha un plan de calidad en el destino que multiplicaba por seis las posibilidades de éxito debido a la

ARCA ha promovido entre sus asociados la adopción de sistemas de calidad.

Foto: Maribel Aguilar



Los esfuerzos del LEADER Valle del Jerte se han dirigido a potenciar la comarca como destino turístico de calidad

colaboración con Las Hurdes, Gata, la Vera, el Valle del Ambroz y Plasencia. Las entidades propulsoras de este proceso fueron el Grupo de Acción Local Diva, del Ambroz; Adicover, de la Vera; y el Ayuntamiento de Plasencia, además del Grupo LEADER Sociedad para la Promoción y el Desarrollo del Valle del Jerte.

El proceso supracomarcal, con un presupuesto de 655.000 euros (109 millones de pesetas) financiados por el programa ADAPT, consta de una primera fase de diagnóstico; el desarrollo de un marco normativo que adapta las pautas de la Secretaría General de Turismo y de la Junta de Extremadura a las características locales; la definición de un Sistema de Calidad y, por último, una cuarta fase de implantación del sistema. Sólo

en la comarca del Jerte, en diez años se ha pasado de una oferta turística residual a casi 900 plazas repartidas en casas rurales, apartamentos, hospederías, pensiones, campings y hoteles regidos por unos baremos que garantizan la calidad del servicio y sus instalaciones.

Las acciones puestas en marcha se han centrado en la señalización de recursos turísticos, la rehabilitación del patrimonio y de parajes de interés, la promoción y coordinación de las reservas, y la creación, ampliación y mejora de establecimientos. Para incrementar la trascendencia de estas iniciativas, la Sierra Norte de Extremadura abordó su mejora como destino turístico desde un enfoque que concernía tanto a las instituciones públicas como a las privadas. De esta manera, los empresarios y todas las organizaciones implicadas en el destino turístico consideraban como propia la meta de mejorar y hacer más competitiva su oferta, porque la satisfacción final del viajero no sólo se fragua según haya dormido y comido, sino que también influye la información que haya obtenido de la zona, el estado de los lugares visitados, las posibilidades de ocio que se hayan puesto a su disposición, y un largo etcétera que finaliza donde cada uno quiera poner el límite a sus criterios de calidad.

El ADAPT promovido por la Sociedad para la Promoción y Desarrollo del Valle del Jerte, se ha dirigido a la promoción, el control de la calidad y la informatización, para así aumentar las potencialidades turísticas de las zonas.

Para difundir y consolidar la Sierra Norte de Extremadura en el mercado turístico no sólo han editado impactantes folletos publicitarios, sino que también han colaborado con entidades de

otros sectores como la Denominación de Origen Cereza del Jerte y la Denominación de Origen Pimentón de la Vera, con las que han acudido a ferias y otros eventos. La calidad que la zona era capaz de ofrecer vino marcada por la que se prestaba con anterioridad al Plan, por lo que realizaron un diagnóstico basado en 700 encuestas a la demanda, 30 auditorías a los distintos subsectores y se desarrolló una dinámica de grupo entre usuarios y expertos en el producto Sierra Norte de Extremadura. En cuanto a la informatización, existe una conexión en red de las oficinas turísticas de las cuatro zonas y un programa de información a través de Internet que enlaza a todos los establecimientos agrupados y remite a las páginas directas de más de 150 servicios.

Vivir bien en el Valle Cereza

La calidad es una sensación que el visitante percibe no sólo en lo que obtiene, sino también en lo que observa durante su estancia. Esta idea subyace en el proceso puesto en marcha por la Sociedad para el Desarrollo del Valle del Jerte, como explica la técnico del grupo Chelo Sánchez: "Para nosotros la calidad turística es una parte de la calidad total que queremos conseguir en el Valle y esto precisa que los habitantes participen y mejoren su vida diaria ofreciendo y accediendo a mejores servicios y productos". Esto se llama "Vivir bien en el Valle Cereza".

Sólo en la comarca del Jerte, en diez años se ha pasado de una oferta turística residual a casi 900 plazas

Los logros en el sector turístico no se han hecho esperar, y si hace cinco años los ingresos que dejaban los visitantes complementaban las rentas agrarias, hoy sucede lo contrario en la mayoría de los casos. El sector se ha estructurado y la Asociación de Empresarios Turísticos que se fundó en 1995 con nueve miembros hoy agrupa a más de 40 profesionales que perfilan el rumbo de sus negocios con criterios de sostenibilidad.

Según la Sociedad, esa progresión constante responde en gran medida a la diversidad de los promotores: "Tenemos todo tipo de alojamientos turísticos y proyectos muy diferentes, porque el turismo no sólo ha servido para emplear a agricultores del Valle, sino también a empresarios que han mejorado y ampliado sus

instalaciones y a nuevos pobladores que han arreglado sus viejas casas heredadas para ponerlas al servicio de los visitantes”.

Tal vez el éxito de los pasos diarios sea que desde la Sociedad se trabaja cada nueva iniciativa como un compromiso del grupo, no sólo del promotor. Para informar de las posibilidades e insistir en los criterios de calidad, el equipo ha visitado cada uno de sus once pueblos para contactar con todos los agentes sociales, con las asociaciones locales y con todo aquel que pudiera aportar algo al proceso. Cuando hablan de las satisfacciones conseguidas ponen nombres a los proyectos: “Hoy tenemos desde una almazara que fue reconstruida por una cooperativa y habilitada como casa rural, hasta edificios que amenazaban ruina y que hoy emplean a jóvenes empresarios que además viven en el pueblo”, explican. Y se refieren a historias como la de Rocío, “una mujer que residía en Madrid que decidió marcharse al pueblo y dedicarse al turismo con una pequeña casa en el municipio de Barrado. Detrás de ella llegaron su hijo y su marido, y hoy le ayudan en su establecimiento y en la lavandería que da servicio a toda la zona.” O como la de Justo, “un agricultor de Piornal que rehabilitó con sus propias manos una casa deshabitada para destinarla también al turismo. Después dejó las tierras al cuidado de sus hijos para entregarse por completo a los visitantes y hoy son varios los proyectos que gestiona. Le gusta mimar a sus clientes y sale a coger frambuesas con ellos para que se las coman en el desayuno”.

La Sociedad ha procurado ajustar la ayuda económica y técnica prestada a cada proyecto a las características y posibilidades de los promotores, aunque en ningún caso se ha superado el 40 por ciento de la financiación total.

La agricultura y la ganadería familiar que predomina en el Valle del Jerte es un valioso recurso para el turismo de la zona, al igual que el paisaje y la riqueza medioambiental de la Sierra Norte extremeña. Por ello, la Sociedad quiere fomentar el agroturismo y el ecoturismo como opciones de ocio: “Somos conscientes de que a la gente todavía le cuesta participar en estas alternativas, pero lo que es indiscutible es que nosotros las tenemos que ofrecer y que luego sea el visitante el que decida utilizarlas o no, porque en un mercado que aumenta y mejora la calidad cada año, si no te diferencias corres el riesgo de desaparecer”, apunta Chelo Sánchez.

Esa diferenciación, combinada con una difusión de las actividades que se prestan, es parte de la clave para superar la estacionalidad que padece el turismo en la Sierra: “Las necesida-

des van cambiando, y si antes los empresarios precisaron de una central de reservas que coordinara la demanda, hoy eso ya lo tienen superado y lo que quieren es una herramienta que les ayude a promocionarse y poder trabajar todo el año”. Ampliar el producto a través de la incorporación de nuevas zonas al Jerte, el Ambroz, Plasencia y la Vera es otra de las posibilidades que se baraja en el proyecto. La reciente ampliación a Las Hurdes y Gata así lo demuestran.

Impulso al alojamiento rural asturiano

El Principado de Asturias presentaba una realidad turística bien distinta. Con un amplio sector difuminado a lo largo de su geografía, el gobierno autonómico detectó las ricas salidas que ofrecían algunos de sus establecimientos en relación con la singularidad y el servicio personalizado. Con el afán de mejorar la calidad y crear un producto a medida de las exigencias que la década de los noventa introdujo en el mercado, diseñó la marca “Club de Calidad Casonas Asturianas”, distintivo que agrupa a los pequeños hoteles rurales asturianos únicos por su arquitectura, decoración, ubicación, historia y servicio. El Club, que fue creado con nueve hoteles en 1994, reúne hoy a 30 establecimientos, con un total de 320 habitaciones y 620 camas.

La Sociedad Regional de Turismo, dependiente del Principado, es la encargada de coordinar el funcionamiento de la marca de calidad propia a través de auditorías de equipamiento, instalaciones y gestión, y evaluaciones de servicio con el sistema del turista anónimo. Después de estos exámenes la consultora encargada de los trabajos emite informes favorables, favorables condicionados a la mejora de los defectos, o no

La agricultura y la ganadería familiar que predomina en el Valle del Jerte es un valioso recurso para el turismo de la zona.



favorables, con lo que el establecimiento mantiene o pierde el derecho a utilizar la marca y rompe así el contrato firmado con la Consejería de Industria, Comercio y Turismo autonómica.



Las funciones asumidas por el Área de Calidad de la Sociedad Regional de Turismo son la tramitación de las solicitudes, el seguimiento y control de los establecimientos agrupados, la asistencia técnica externa, la realización de acciones específicas orientadas a la promoción y comercialización de la marca, la elaboración y distribución de material publicitario y todo aquello relacionado con la gestión del distintivo de calidad. El modelo "Casonas Asturianas" en estos nueve años de trabajo se ha perfilado como un ejemplo a seguir, que ya han adoptado otras Comunidades como Cantabria y se ha exportado hasta algunas zonas de Méjico. La responsable del

Área Mónica Ortega interpreta los logros conseguidos: "Desde la Sociedad Regional de turismo procuramos informar y mantenernos informados, para lo que participamos en diferentes foros que puedan aportarnos nuevas ideas a la hora de mejorar la calidad de nuestras Casonas. Sabemos que frente a otros establecimientos podemos ofrecer familiaridad y un espacio singular y si a eso le sumamos un trabajo en equipo entre empresarios privados y el Principado, podemos salir todos beneficiados y complementar nuestras funciones". Según Ortega, en los últimos años los promotores han experimentado un cambio de conciencia, porque "ya no entienden su pequeño hotel como su casa, sino como un negocio con el que ganan dinero a través de un servicio excelente". La misma Sociedad Regional de Turismo ha querido someterse a estos sistemas de calidad y en la actualidad es auditada para obtener la ISO 14000.

Por su parte, el empresario al integrarse en el Club se compromete a recabar unos cuestionarios de satisfacción entre sus clientes, a participar en cursos de formación y a ser un miembro activo en los proyectos que emprenda el colectivo, además de someterse a auditorías y evaluaciones.

Pero como la calidad no siempre es suficiente para mantener a flote un establecimiento, algunos empresarios han agudizado su ingenio para

proponer fórmulas como la planteada por Luis Sanz y Carmen García en el Molino de Tresgrandas, Llanes. Esta pareja invita a los visitantes en temporada baja a diversas jornadas temáticas como el fin de semana detectivesco, ac-

La Asociación Regional de Casas de Aldea de Asturias, ARCA, agrupa a 300 propietarios

tividad en la que los turistas deben solucionar el misterio que se les indica en un caso policial. Para ello, deben penetrar en la realidad y la fantasía del municipio, ya que el secreto puede esconderse en comer en el restaurante de la esquina, tomar una copa en el bar de aquel vecino, comprar en la tienda del curtidor, descender en canoa el río Cabra o adentrarse en la sie-

LUJO DE INDIANOS

Avelino Gutiérrez es uno de los jóvenes empresarios integrantes de Casonas Asturianas. Las 12 habitaciones de su Palacete de Peñalba, ubicado en el término de Castropol, son un viaje a la melancolía romántica que trajeron consigo de América los enriquecidos indios. El edificio modernista, que conserva gran parte del mobiliario y la decoración original, ofrece al viajero el privilegio de descansar a la orilla de la ría del Eo al calor del viento del Sur. Con el afán de superación que caracteriza a los promotores de turismo rural, explica: "Para mí, la calidad es tanto las condiciones de una cama como la limpieza o la formación de mis trabajadores, porque no se trata de recrearse en los aciertos sino de cambiar los fallos". Las encuestas de satisfacción que los clientes encuentran en sus aposentos sirven a los asociados para conocer la evaluación de cada detalle del hotel: "Puntúan de uno a cinco los componentes de las zonas comunes, los cuartos, el servicio y el carácter del hotel, y sacar en alguno de los 25 apartados un tres, para mí es un disgusto". Su meta, además de mejorar la media de 4,85 que ostenta en la actualidad, es conseguir que el edificio y los jardines que lo rodean sean acogedores: "En el turismo rural, el siguiente paso hacia la calidad es que el lugar seduzca al viajero a hacer vida en el hotel", añade.

Cuando ARCA nació en 1993 sólo eran 30 socios y hoy, de las 600 casas que hay en Asturias, 300 están asociadas. Carmen Sela, una de las promotoras que ha obtenido la Q de Calidad.

Fotos: Maribel Aguilar

rra de la Burbolla. Hay que seguir las pistas hasta descubrir la incógnita del asesinato, del robo... Al involucrar a todos los servicios que se prestan en el municipio, los promotores de estos hoteles consiguen que la bonanza de su negocio se traslade a toda la zona. Así ocurrió también en Taramundi, donde el propio Principado promovió la recuperación de la Rectoral para turismo rural y detonó con ello el desarrollo de la localidad al recuperar espacios naturales degradados, la proliferación de las artesanías locales o el cuidado del patrimonio etnográfico. En definitiva, creó un aliciente económico que garantiza la supervivencia del pueblo.

Ambientes rurales con detalles de sibaritas

La explicación de que cuadras y graneros se hayan convertido en exquisitos alojamientos rurales se remonta a casi una década. Sin salir de Asturias nos detenemos en la Asociación Regional de Casas de Aldea, ARCA, que agrupa a 300 propietarios de la zona. Una de las responsables del Plan de Calidad del colectivo, Carmen Sela, argumenta el proceso como una adaptación constante de la oferta a la demanda y una profesionalización de los empresarios: "Cuando ARCA nació en 1993 sólo éramos 30 socios y hoy, de las 600 casas que hay en Asturias, 300 están asociadas. Es un sistema eficaz para solucionar nuestros problemas y mejorar el servicio entre todos". Desde la oficina de la asociación se gestiona la central de reservas, se asesora a los miembros en cuestiones de calidad, se asiste de manera conjunta a ferias, se ejerce como interlocutor ante otros organismos y se vela por los intereses comunes.

La calidad es uno de los aspectos por los que más ha apostado ARCA: "Desde que la Secretaría de Estado presentó la Q de Calidad, nosotros quisimos participar y promover entre nuestros asociados la adopción del sistema. De hecho, de las 12 casas rurales españolas que consiguieron el distintivo en un primer momento, cuatro fueron asturianas y miembros de ARCA". Carmen Sela es una de esas promotoras que decidió abandonar su trabajo en Madrid para regresar a la tierra familiar y crear un alojamiento, el Llugarón, donde sus abuelos tuvieron animales y enseres. Afirma que solicitar y trabajar con la Q de Calidad le ha permitido acostumbrarse a un sistema de

funcionamiento muy disciplinado y enriquecedor en algunos aspectos, como la información que proporcionan las encuestas a los clientes.

En su casa ofrece la posibilidad de elaborar la mermelada del desayuno, sidra casera o jabón artesano. Son detalles que marcan diferencias, pero que no son suficientes para conseguir una de las 16 Q de Calidad que posee Asturias. Esta licenciada en Filología dice no entender el manual de la Q de Calidad: "Estos procesos se han diseñado para grandes hoteles que cuentan con una amplia plantilla y necesitan controlar cada paso que se da, pero para nosotros, que es la misma persona quien limpia, ordena, compra, cocina y administra, suelen ser una multiplicación del trabajo en muchos casos imposible de afrontar por los empresarios, que en las casas de aldea son agricultores o tienen un trabajo adicional". Los elevados costes del proceso y la poca repercusión publicitaria del distintivo desaniman a los promotores que ya ofrecen unas condiciones suficientes como para ser valorados por su calidad, pero que todavía no han decidido integrarse en la Q. El propósito de ARCA es conseguir una modificación de la normativa estatal para que se ajuste a los alojamientos rurales, y por otro lado, colaborar con el Principado de Asturias para la creación de un sello de calidad que clasifique a los establecimientos con trisques como logotipo, sistema similar a los tenedores en restauración. 🍷

Más información:

- Sociedad para la Promoción y el Desarrollo del Valle del Jerte
Correo electrónico: soprodevaje@interbook.net
Teléfono: 927 471 100
- Sociedad Regional de Turismo del Principado de Asturias
Correo electrónico: calidad@infoasturias.com
Teléfono: 985 277 870
- Asociación Regional de Casas de Aldea de Asturias
Página web: www.casasdealdea.com
Teléfono: 985 22 33 36



El Palacete de Peñalba, en Castropol, uno de los 30 establecimientos del Club de Calidad Casonas Asturianas.

Fotos: Maribel Aguilar

