

La comercialización, asignatura pendiente del turismo rural

EN MANOS DE PROFESIONALES

FRANCISCO PARRA ONGINS. Presidente de AUTURAL.



El sector del turismo rural debe resolver un tema siempre pendiente: la comercialización, la apertura a nuevos mercados y a nuevos segmentos; la creación de productos novedosos que sean capaces de interesar a un mayor número de clientes. Todo ello desde una mayor profesionalización y un mayor protagonismo de las asociaciones.

Empresas especializadas han empezado a acercarse al sector para ofrecer sus servicios. Agencia de viajes Dertotravel en la comarca de Massís dels Ports.

Desde que los primeros viajeros eligieran como destino preferente los alojamientos rurales, que iban apareciendo aquí y allá por toda la geografía rural española, hasta hoy, todo ha cambiado mucho y muy deprisa, propietarios, clientes, alojamientos, modas y mercados.

Y si en sus primeros pasos el turismo rural se contempló como actividad complementaria orientada a la diversificación económica, ha ido adquiriendo cada día más importancia hasta el punto de que para muchas familias rurales ya es la principal actividad económica.

Las características de la oferta ya las conocemos, pero cabe destacar entre otras, la existencia de alojamientos muy dispersos y con una capacidad de acogida muy limitada, variada tipología, disparidad de calidades y falta de habilidades profesionales entre los propietarios. Falta una regulación y una clasificación general.

Se lanzan planes de desarrollo, surgen asociaciones de propietarios, se crean centrales de reservas promovidas desde las administraciones y Grupos de Acción Local, se abren portales de promoción en Internet, se organizan ferias es-

pecíficas sobre turismo rural, se editan guías especializadas, se imparten cursos de formación, se intercambian experiencias entre distintos territorios, etc.

Todo esto contribuye de manera poderosa a que esta nueva modalidad de hacer turismo adquiera una mayor relevancia entre el público consumidor y que, por otro lado, el proveedor de estos alojamientos también se vaya especializando y ofreciendo mejores servicios.

Superada esta primera fase, y teniendo en cuenta la velocidad a la que se producen los cambios, el sector en su conjunto se ve ante la necesidad de afrontar nuevos retos que van más allá de la mera consideración de esta actividad como secundaria y de carácter complementario en el contexto general de la economía rural.

Ahora el turismo rural debe plantearse el tema pendiente de su comercialización.

Ayudar al propietario

El sector, en su proceso constante de profesionalización, debe afrontar la apertura hacia nuevas formas de comercialización que le



Conviven hoy el crecimiento desordenado de la oferta, y el estancamiento en lo relativo a la creación de nuevos productos y a la búsqueda de nuevos mercados y clientes.

Foto: Ruta del Vino de Navarra.

permitan alcanzar sectores más amplios de mercado. Debe plantearse también ofrecer nuevos productos y, sobre todo debe ofrecer una calidad acorde a las nuevas demandas.

Teniendo en cuenta el punto de partida, es aconsejable que esta apertura sea pilotada desde las asociaciones que deberán seguir velando y ayudando al propietario en esta nueva etapa con el fin de que no se desoriente en un escenario tremendamente competitivo, en el que no tiene capacidad alguna para hacerse valer de manera individual.

El papel de las asociaciones ha sido determinante a la hora de agrupar al sector, pero no ha sido suficiente para ejercer un liderazgo en todos los frentes.

vidad ha estado siempre relacionada con el grado de compromiso y colaboración por parte de los mismos beneficiarios.

Empresas especializadas se acercan al sector para ofrecer sus servicios, pero tropiezan en buena parte de las ocasiones con las limitaciones que ya hemos comentado. Oferta dispersa y con baja capacidad de alojamiento, dispar en tipología y calidades y falta de hábitos profesionales.

Muchos problemas

El tradicional individualismo de los propietarios unido a la falta de liderazgo claro por parte de las asociaciones, y la falta de implicación decidida por parte de las administraciones está consiguiendo que no se haga frente a una situación donde conviven el crecimiento desordenado de la oferta, y el estancamiento en lo relativo a la creación de nuevos productos y a la búsqueda de nuevos mercados y clientes.

Los profesionales, por su parte, han empezado a tomar cartas en el asunto. Asociaciones de diversas comunidades autónomas y un buen grupo de emprendedores a título individual constituyen a finales del año 2005 una nueva plataforma de trabajo y de representación: AUTURRAL (Asociación de Profesionales del Turismo Rural). Su objetivo es agrupar a todos los propietarios que se plantean el turismo rural como

El reto del turismo rural está en saber aportar productos nuevos y competitivos a un mercado cada día más complejo y exigente.

Foto: Joaquín Guijarro.

El MAPA, a través de un Real Decreto, quiere garantizar el papel del turismo rural como dinamizador del desarrollo

Las principales líneas de trabajo de las asociaciones han estado dirigidas a la formación de los propietarios, a la promoción de los alojamientos y a intentar representar al sector frente a las administraciones. Sin embargo la defensa de los intereses socio-profesionales de los propietarios no ha sido atendida y la comercialización ha quedado al libre albedrío de la oferta y la demanda.

Este mercadeo espontáneo ha sido suficiente hasta ahora, sin embargo, una vez que el número de plazas ha aumentado considerablemente y un número de propietarios ya no tienen esta actividad como secundaria sino como principal, es cuando se ve la necesidad de nuevas formas de comercialización profesional.

Algunas administraciones han intervenido impulsando centrales de reservas con el fin de apoyar a los promotores en su esfuerzo individual por la comercialización, pero su relativa efecti-



El turismo rural debe evolucionar para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado sin perder por ello sus señas de identidad. Alojamiento rural en la Sierra del Segura



una actividad económica importante que debe ser ejercida de manera profesional y que debe evolucionar para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado sin perder por ello sus propias señas de identidad. Se implican en la defensa de los intereses sociolaborales de los emprendedores, una buena parte mujeres cuya única actividad económica es ésta, pero que no la desempeñan a tiempo completo.

Entre otros de sus proyectos destaca la creación de una central de reservas a nivel nacional que sirva de respaldo a los esfuerzos en promoción y comercialización que ya vienen realizando los particulares de manera aislada.

El papel de las asociaciones profesionales ha sido determinante a la hora de agrupar al sector

Por su parte, la Asociación para la Calidad del Turismo Rural (ACTR) tiene como objetivo central impulsar la mejora continua de la calidad en los alojamientos rurales. Trabaja estrechamente con el ICTE en la difusión e implantación del sistema general de calidad turística española (Q de calidad).

Han aparecido además empresas especializadas en atender las demandas de los propietarios a nivel de gestión. Algunas empresas empiezan a centrar sus esfuerzos en atender las demandas específicas del sector: es el caso de RURALGEST, que trabaja en desarrollos informáticos orientados a satisfacer no sólo las necesidades individuales sino que sus aplicaciones permiten una gestión de los alojamientos adecuada para trabajar con operadores turísticos.

En resumen, la regulación del turismo rural a nivel nacional, la clasificación de los alojamientos, la formación profesional de los propietarios, la consideración de sus intereses sociolaborales, la creación de nuevos productos que sumen a

La búsqueda de nuevos productos

El reto del turismo rural está en saber aportar productos nuevos y competitivos a un mercado cada día más complejo y exigente. Ya no es suficiente ofrecer el mejor alojamiento decorado con esmero y en un paraje ideal. Es necesario mucho más. El cliente quiere tenerlo todo, fácil y al alcance de la mano. Quiere encontrar lo que busca de manera rápida y segura y quiere tener además de un buen alojamiento, todo un conjunto de servicios y opciones de actividades complementarias que le permitan disfrutar intensamente de su tiempo de ocio.

Ya sabemos que cada una de nuestras Comunidades Autónomas tiene regulado el turismo rural de la manera que ha considerado más conveniente. Pero en este momento tenemos una disparidad de normativas territoriales que no favorece en nada el desarrollo armónico de la actividad.

La situación actual es la consecuencia de un crecimiento muy rápido de la oferta y la demanda, y de una falta de regulación general. Todo ello está creando un cierto desconcierto entre todas las partes implicadas sin que ninguna de ellas sea capaz de hacer nada para remediarlo. Empezamos a ver, además, una evolución hacia modelos que ya nada tienen que ver con los orígenes del turismo rural ni con proyecto alguno de desarrollo. Uno de ellos es el desembarco de intereses inmobiliarios.

Un planteamiento de futuro para el turismo rural deberá atender la necesidad de una regulación a nivel estatal del conjunto del sector. A continuación debería iniciarse una clasificación de los alojamientos y servicios.

Propietarios, clientes, empresas intermedias, el mercado en general, agradecería disponer de un marco común y unas reglas claras que permitieran concretar donde empieza y termina esto del turismo rural. Con independencia, claro está, de cómo se llame en cada territorio a un tipo de alojamiento, cuestión que viene determinada por la cultura o la identidad local.

la oferta de alojamiento las actividades del entorno, la apertura hacia nuevas formas de comercialización profesional, unidos al liderazgo ejercido en todos estos campos desde el propio sector abrirá nuevos horizontes a esta forma de crear riqueza en el medio rural. 🍷

Proyectos de Promoción en Turismo Rural

Actividad	Programa	Grupo	Proyecto
Central de reservas	L+	Sierra de Segura de Jaén	Comercializadora turística La Luna. Además de la central de reservas trabaja con revistas y agencias de viajes
	L+	Litoral de la Janda	Central de reservas de servicios turísticos para promover las visitas a la comarca
	P2	Alto Narcea Muniellos	Central de reservas on-line www.fuentesdelnarcea.org . El cliente contrata directamente mediante sms
	P2	Poniente Granadino	Agencia de viajes on-line www.albatros-rural.com que oferta alojamientos rurales sólo en Andalucía.
	L+	Massís dels Ports	Creación de una central de reservas turísticas y culturales de las Tierras del Ebro catalán.
	P2	Monte Ibérico-Corredor de Almansa	Agencia de viajes con toda la oferta turística de la comarca que posibilita que las empresas de turismo se promocionen y publiciten
	L+	País Románico	Web www.estilorural.com comercializa alojamientos rurales para promocionar las visitas a la comarca
Touropereadores	P2	Sayago	“Descubriendo Sayago” (1ª edic.): recorrido por la comarca de un grupo de touropereadores franceses y belgas
Paquetes turísticos	P2	Tierras Sorianas del Cid	Burgo Único: diseño, creación y promoción de paquete turístico-cultural en torno a El Burgo de Osma y Osma
	L+	Montaña de Navarra	“Navarra Selección” producto turístico que incluye alojamientos, restaurantes, actividades y comercios
Estrategias comarcales	L+	Portodemouros	Promoción global: “Sabores del corazón” (gastronomía) “Moradas del corazón” (alojamientos) y “Caminos del corazón” (rutas)
	P2	Campo de Calatrava	Parque Cultural de Calatrava: valorización de los recursos culturales de la comarca
	L+	Sierra de Gata	Promoción Estival 2003. Campaña de promoción turística de la comarca a través de artículos de prensa
	P2	Navia-Porca	Parque Histórico del Navia. Puesta en valor del territorio a través de la promoción de la cultura castreña y el patrimonio
	P2	Hoya de Buñol	Creación de rutas urbanas
	P2	Valle del Alto Guadiato	Valorización de aldeas del Alto Guadiato (alojamientos, jornadas y demostraciones de labores)
	L+	Prepirineo	Territorio Museo: dotación de infraestructuras museísticas para la puesta en valor del patrimonio cultural
Planes de dinamización	P2	Terra das Mariñas	Proyecto de dinamización turística que propone productos innovadores y nuevas fórmulas para atraer visitantes
	P2	Villuercas	Plan de dinamización turística y empresarial de la comarca
	L+	Tenerife	Plan para la dinamización turística comercial de la isla de Tenerife en el medio rural
	L+	Alcornocales	Plan integral de turismo ornitológico del Parque Natural de los Alcornocales. Observación distintas especies de aves