

UNA APROXIMACIÓN CUANTITATIVA AL ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL EN LA ZONA FRONTERIZA DE CASTILLA Y LEÓN

RESUMEN

La importancia creciente del turismo rural está actualmente fuera de toda duda; la oportunidad de plantear modelos sostenibles de turismo en zonas tradicionalmente dedicadas a otras actividades económicas lleva a la necesidad de determinar exactamente qué quieren los turistas en cada destino concreto. El área de estudio planteada en esta comunicación se extiende por el corredor fronterizo de Castilla y León con Portugal. Hemos realizado un análisis estructural previo y definitivo de la situación de partida de la zona que queremos estudiar, a través del cual hemos determinado las principales fortalezas y debilidades que caracterizan el área; como análisis complementario hemos diseñado un modelo econométrico de su demanda turística, con el objetivo de identificar los principales parámetros que determinan esa demanda, proponiendo, de esta manera, tanto a los gestores públicos como a la iniciativa privada pautas de comportamiento de los turistas respecto a las tendencias a corto plazo.

Clasificación Código JEL. R11

Hidalgo González, C.

Dpto. de Economía y Estadística. Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Universidad de León. Campus de Vegazana. 24071. León.

Tfno.: (987)-291721. FAX (987) 291746. cristina.hidalgo@unileon.es

Rodríguez Fernández, M. P.

Dpto. de Economía y Estadística. Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Universidad de León. Campus de Vegazana. 24071. León.

Tfno.: (987)-291724. FAX (987) 291746. pilar.rodriguez@unileon.es

Maya Frades, A.

Dpto. de Geografía y Geología. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de León. Campus de Vegazana. 24071. León.
Tfno.: (987)-291045. FAX (987) 291746. antonio.maya@unileon.es

1. INTRODUCCIÓN.

Esta comunicación es uno de los múltiples resultados obtenidos de un proyecto de investigación sobre el Turismo Rural de las áreas fronterizas de Castilla y León con Portugal financiado por el gobierno autonómico. El área de estudio se extiende por varias comarcas occidentales de las provincias de León, Salamanca y Zamora, en concreto, de norte a sur, la leonesa de La Cabrera, las zamoranas de Sanabria, Aliste y Sayago y las salmantinas de Vitigudino y Ciudad Rodrigo, que engloban un total de 199 municipios. Durante mucho tiempo, dicha localización fronteriza ha actuado de modo negativo y con claros efectos de disuasión en todos los ámbitos socioeconómicos; sin embargo, desde hace, aproximadamente, tres décadas ha cambiado el signo de las relaciones y se ha iniciado un proceso de cooperación, sobre todo desde el ingreso de ambos países en la Unión Europea (UE) aprovechando los objetivos de la política regional transfronteriza y los instrumentos de ordenación del territorio y de desarrollo socioeconómico derivados de la puesta en vigor de los principios de la cohesión social, económica y territorial de la UE.

Las comarcas periféricas del occidente de la región disponen de variados y abundantes recursos que pueden servir de base para el desarrollo del turismo rural. La disponibilidad de estas fortalezas se convierte en un hecho diferencial y

de gran trascendencia para lograr su diversificación productiva; esta multifuncionalidad de los espacios rurales es necesaria dinamizarla con el fin de poder fijar la población y mantener los paisajes agrarios y las herencias recibidas y derivadas de las sucesivas actuaciones humanas a lo largo del tiempo.

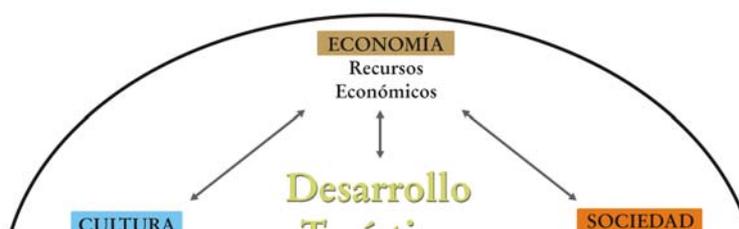
1.1. Aproximación al concepto de turismo rural.

Existen múltiples definiciones del concepto turismo rural enfocadas bajo diferentes perspectivas pero quizá una de las más completas sea la definición ofrecida por Fuentes (2000), que intenta unir en su definición la descripción espacial, las características de la oferta y las motivaciones de la demanda:

“aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”.

El turismo supone un importante impulso para los espacios rurales, ya sea como motor de desarrollo económico o como elemento complementario de otras actividades de carácter más tradicional como la agricultura, la ganadería o la pequeña industria, además de suponer importantes beneficios desde una perspectiva social, cultural y medioambiental. Para alcanzar esos objetivos hay que actuar bajo criterios de sostenibilidad, desarrollo continuado en el tiempo, preservación de los recursos, preservación de la sociedad y la cultura local y salvaguarda del medio ambiente (Gráfico 1).

Gráfico 1: Desarrollo Turístico en espacio rural: aportación-preservación



FUENTE: Solsona Monzonís, J. (2001)

Estos cuatro elementos tienen una importancia trascendental en el desarrollo turístico de las áreas interiores; su preservación es el agente determinante en el equilibrio del crecimiento, y al mismo tiempo se configuran simultáneamente en la materia prima para el desenvolvimiento del sector y su interrelación hace que se conviertan en los propios recursos o atractivos ante la demanda potencial.

Esta interrelación provoca un conjunto de beneficios para el espacio rural o interior, entre los que podemos destacar, la mejora de las condiciones de vida en la población local, la contribución a la reactivación económica de las zonas deprimidas, la incorporación de la mujer al trabajo remunerado, la conservación del medio físico o la potenciación de los intercambios culturales.

1.2. El marco rural de referencia. Necesidades y oportunidades.

La necesidad de mantener un territorio rural vivo y articulado se en una necesidad para el desarrollo económico, y es necesario que los espacios rurales abandonen su papel de tributarios de ese desarrollo, a través de la cesión

continua de mano de obra, materias y primas y ahorro agrario y se conviertan en depositarios de capital dirigido a fomentar y desarrollar iniciativas que permitan la sostenibilidad de esas zonas y como elementos del conjunto total, que representan las regiones y los países, a los que pertenecen.

Tres elementos confluyen en un mismo periodo de tiempo y en un mismo espacio, arropados por un mismo marco de actuación, la resultante de esta alquimia es el *turismo rural*.

- ✧ La demanda turística se ha modificado hacia un turismo más exigente, más personalizado, más verdadero, más natural y casi podemos decir que hasta más primitivo.
- ✧ La oferta ha necesitado adaptar sus estructuras a la nueva realidad que se le impone en la búsqueda constante de la rentabilidad del negocio. Hay nuevas reglas dentro del juego que han modificado la forma tradicional de ofertar el ocio como pueden ser la reducción de la estacionalidad o la disminución en el coste del viaje.
- ✧ El mundo rural necesita coadyuvantes para el desarrollo económico de estas zonas que sean capaces de dinamizar las tareas tradicionales (en ningún caso sustituir) y de atraer nuevos agentes económicos a las zonas, tanto consumidores como empresas.

Por último el marco de actuación de todos estos elementos lo constituye la necesidad ineludible de actuar bajo el criterio más puro de la sostenibilidad, del territorio, del paisaje, de los recursos, de la sociedad y de la economía. Es

preciso que la actividad turística rural a desarrollar tutore todos estos elementos porque, de otra forma, podríamos desarrollar iniciativas que, en primera instancia, podrían ser exitosas, pero estarían avocadas a la desaparición segura si tan sólo uno de esos factores se viera deteriorado como consecuencia de la propia actividad.

2. ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE LOS ESPACIOS PERIFÉRICOS DEL OESTE REGIONAL.

2.1. La población y el poblamiento en el área.

El conjunto territorial a analizar comprende 11.478 Km², que representa casi la tercera parte de la superficie de las tres provincias (Cuadro 1). Si nos fijamos en el volumen demográfico, esa proporción se reduce considerablemente, pues están habitadas por casi 88.000 personas, que equivale solamente al 8,4% de los efectivos demográficos del Padrón de 2007. Si relacionamos ambas magnitudes, obtenemos la densidad demográfica, que presenta unos valores muy bajos. La densidad del área se sitúa en 7,6 hab./Km² (Cuadro 1), que pone de manifiesto el acusado éxodo rural sufrido por estas comarcas que se ha plasmado en una acentuada emigración, en una huida masiva de estos espacios, en el descenso del crecimiento natural y en el incremento de los índices de envejecimiento de la población.

Cuadro 1: Datos demográficos y superficie en las comarcas periféricas del occidente de Castilla y León, 2007.

Comarcas	Población	Superficie (Km²)	Densidad
La Cabrera (LE)	4.661	1.276,87	3,65

Sanabria (ZA)	11.343	2.052,15	5,53
Aliste (ZA)	15.208	2.054,74	7,40
Sayago (ZA)	9.675	1.322,20	7,32
Vitigudino (SA)	19.925	2.362,33	8,43
Ciudad Rodrigo (SA)	26.736	2.409,37	11,10
Total área	87.548	11.477,66	7,63

FUENTE: INE: Padrón de Habitantes, 2007. (Elaboración propia).

Las bajas densidades demográficas ponen en evidencia las reducidas posibilidades de la población para aprovechar adecuadamente los variados recursos agrarios y naturales; es decir, cuando las densidades de población de un área se sitúan por debajo de los 10 hab./Km² hay una infrautilización de los recursos como consecuencia de los pocos efectivos demográficos y se produce una pérdida de valor del espacio geográfico, que en otras circunstancias podría repercutir favorablemente en el conjunto de la población local.

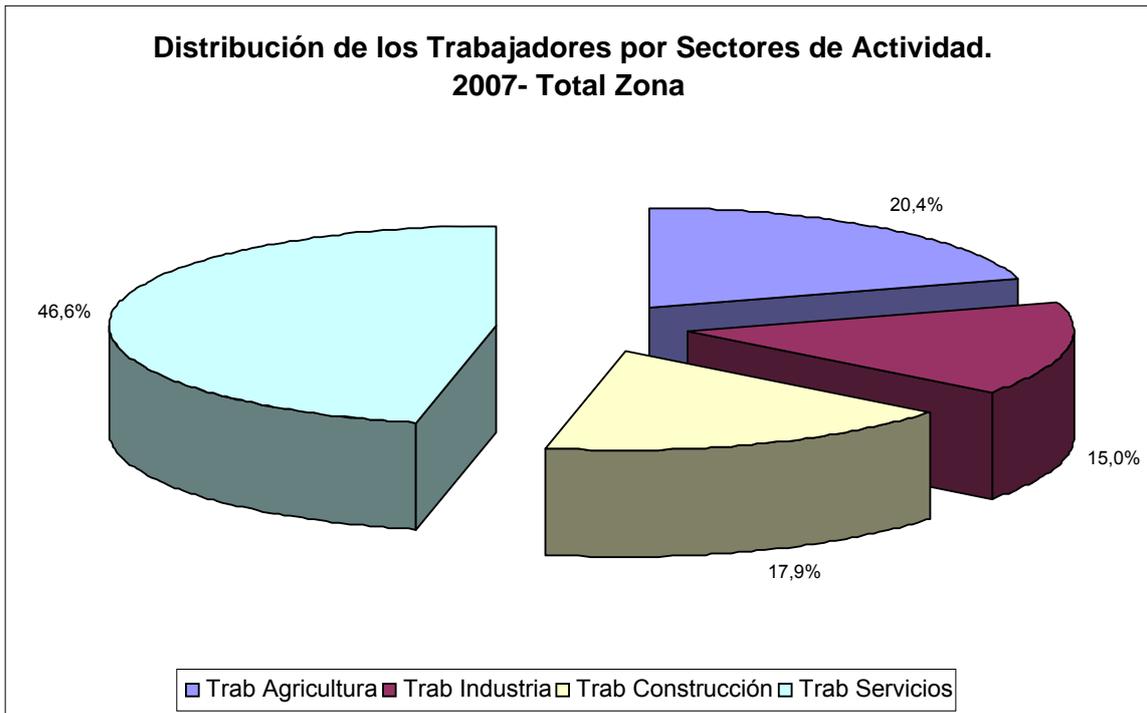
Dentro de los graves desajustes acaecidos en estas comarcas periféricas conviene mencionar las transformaciones ocurridas en el *poblamiento*, en cuanto que el tamaño de los núcleos ha ido reduciéndose al compás de la acusada afección de la emigración. En estas comarcas periféricas, predomina el poblamiento rural, tal como se pone de relieve en que el 98,5% de los municipios tiene menos de 2.000 habitantes, concentrando el 80% de la población. Sin duda, de este sucinto análisis demográfico de las comarcas periféricas del occidente de Castilla y León se infiere que nos encontramos en un área en la que los efectos de la emigración rural han sido muy acusados.

De cualquier modo, esa situación puede cambiar notablemente si se afianzan los principios de la multifuncionalidad de los territorios rurales, que ha de servir para el ejercicio de nuevas funciones económicas, complementarias de las tradicionales, y mejorar el nivel de ingresos de las comunidades rurales. Dentro de estos nuevos procesos, sin duda, el desarrollo territorial, asociado a los variados recursos que albergan las comarcas occidentales de la región, va a desempeñar un importante papel y dentro del mismo, el turismo rural, también tiene asignadas destacadas tareas, como factor con capacidad para dinamizar los espacios rurales, siempre que cumpla una función complementaria y no se convierta en la actividad esencial de las poblaciones rurales; en este último supuesto, solamente podrá ser rentable y gozar de la suficiente eficiencia económica en aquellas lugares que dispongan de recursos singulares, de actividades de turismo activo, de precios competitivos o de una atención personalizada, en consonancia con la idiosincrasia de las colectividades rurales.

2.2. Análisis del empleo del occidente de la región.

El desarrollo del análisis de la zona concreta de estudio está determinado por la escasa disponibilidad de estadísticas a nivel de término municipal, más aun para municipios de tan escasa entidad poblacional. El eje fundamental sobre el que vamos a establecer nuestros argumentos descansa en la población empleada en los distintos sectores de actividad.

Grafico 2

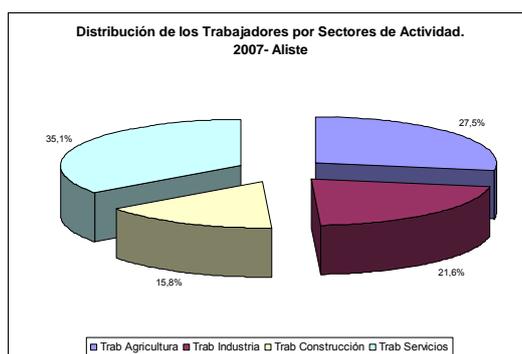
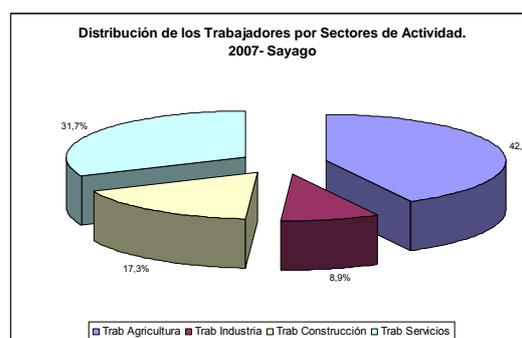
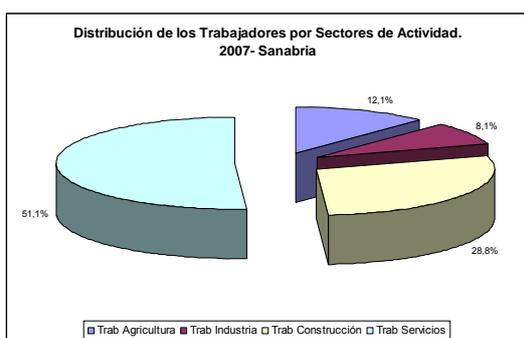


FUENTE CAJAESPAÑA. Datos Socioeconómicos de los Municipios de España. (Elaboración Propia)

Los datos agregados de la zona revelan que, en conjunto, el grado de desarrollo económico es muy inferior a la media de cada provincia e inferior a los estándares regionales y nacionales. El sector agrario mantiene una importancia trascendental al absorber el 20,4 % del total de trabajadores de la zona, lo que indudablemente nos permite definir este territorio como un espacio agrario. Los trabajadores de la industria representan un 15 % y los de la construcción llegan al 17,9 %, lo que nos proporciona un dato agregado del 22,9 %, prácticamente idéntico al del sector agrario. Por su parte el sector servicios, que sirve como referente del grado de desarrollo, no nos permite definir la zona como un territorio terciarizado puesto que el porcentaje no llega al 50% de los ocupados, representando únicamente un 46,6% del total.

Los resultados globales maquillan situaciones diversas del entorno, para evitarlo presentamos los datos comarcalizados que nos permiten obtener una visión más detallada de la realidad.

Gráficos 3, 4 y 5



FUENTE CAJAESPAÑA. DATOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS MUNICIPIOS DE ESPAÑA. (ELABORACIÓN PROPIA)

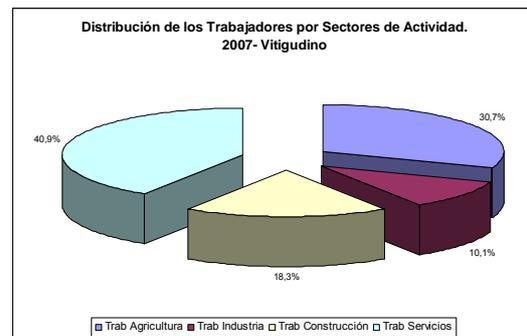
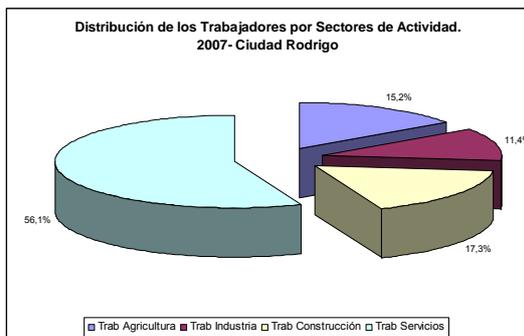
El análisis de la distribución sectorial de los trabajadores de las tres comarcas zamoranas es un fiel reflejo de su propia evolución económica, mientras que Aliste y, sobretudo, Sayago mantienen una tradición agraria muy importante, en éste último caso casi la mitad de su población ocupada desarrolla su actividad en el sector primario, la zona sanabresa tiene un desarrollo del sector terciario muy superior a las otras dos. Su evolución como referente del turismo de la zona, derivado de una naturaleza y un patrimonio monumental importante, ha

marcado el rumbo de su trayectoria y la ocupación de sus habitantes. Como efecto indirecto de este proceso, los trabajadores de la construcción son muy superiores a los otros dos casos y prácticamente representan un tercio del total de los empleados.

En Sayago, la importancia del sector industrial es testimonial y únicamente absorbe el 9% del empleo de la zona, lo que indudablemente revela que este territorio no ha sufrido aun el proceso de migración interna de mano de obra desde el sector agrario hacia una alternativa terciaria o secundaria. La consecuencia de esta falta de dinámica lejos de convertirse en una amenaza para el estudio propuesto, se convierte en una oportunidad para la implantación de actividades alternativas dado que existe abundancia de factor trabajo.

En Aliste, la importancia del sector industrial reside mayoritariamente en la explotación de canteras de pizarra y dan empleo a una quinta parte de la población de la zona. Esta industria ha determinado la reducción paralela en el porcentaje de trabajadores del sector agrario pero no una progresiva terciarización de la zona que representa el 35,1% del total.

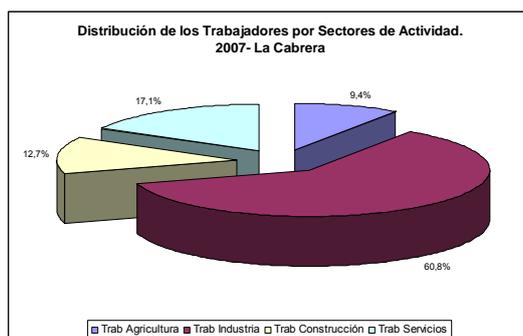
Gráficos 6 y 7



Los resultados de las comarcas salmantinas también reflejan situaciones dispares; Ciudad Rodrigo tiene una estructura del empleo muy similar a la media regional y nacional y demuestra una trayectoria de desarrollo muy superior a la de Vitigudino. Es una comarca terciarizada con más del 55% de sus trabajadores empleados en el sector terciario, en este caso, la evolución de los servicios turísticos ha estado determinada por la celebración en su capital de las exposiciones relativas a las Edades del Hombre que, a juicio de los agentes de desarrollo local de la zona, ha marcado un punto de inflexión en la evolución del turismo. Desde este acontecimiento, ciudad y comarca, han aprovechado las sinergias que producen la publicidad y difusión de un evento de esta naturaleza y han conseguido catalizar ese esfuerzo en una dinámica de atracción turística enfocada a diversos campos objetivos, un turismo monumental, cultural o folclórico derivado de su riqueza arquitectónica, su feria de teatro o sus carnavales respectivamente.

Vitigudino tiene una estructura del empleo muy similar a la de Aliste con una importancia del empleo agrario alta (30,7%) y un sector terciario no muy desarrollado (un 40,9%).

Gráfico 8



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS MUNICIPIOS DE ESPAÑA. CAJAESPAÑA.

Por último, La Cabrera ha estado impulsada económicamente desde tiempos muy remotos por el sector pizarrero, y a pesar de su notable descenso, la pizarra sigue siendo el principal foco de desarrollo de la comarca, junto a la práctica de la ganadería extensiva. Ambas actividades son las que priman en la zona suroeste de la provincia de León y determinan perfectamente la distribución de sus ocupados, la importancia de la participación de la industria (60,8%) y la escasa participación del sector agrario (9,4%). La explicación a este hecho podemos encontrarla en la escasa presencia de actividades relacionadas con el cultivo agrícola, que son las más intensivas en mano de obra, y en esa abundancia de la ganadería extensiva mucho menos dependiente del factor trabajo. Finalmente, y teniendo en cuenta la belleza natural que posee La Cabrera, ésta no se ha aprovechado turísticamente, y los trabajadores terciarios únicamente suponen un 17,1%, el porcentaje más bajo de toda la zona, lo que de nuevo nos permite transformar la debilidad en oportunidad de desarrollo de cara al futuro.

2.3. El equipamiento comercial.

Entendemos que el grado de innovación y de modernización de una zona que se pretende lograr con el desarrollo de la actividad turística puede analizarse perfectamente a través del comercio, puesto que el dinamismo de un municipio se puede derivar, en gran medida, de las características de su aparato comercial. La escasez de estadísticas de información comercial a nivel de término municipal nos obliga a reducir la ambición del estudio al análisis del número de establecimientos comerciales de la zona. (Mapa 1).

Cuadro 2: Establecimientos comerciales por cada mil habitantes-2007

Total Vitigudino	21,38
Total Ciudad Rodrigo	27,63
Total Sanabria	29,05
Total Aliste	15,33
Total Sayago	15,68
Total La Cabrera	15,02
Total Castilla y León	21,40

FUENTE ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DE LOS MUNICIPIOS DE ESPAÑA. CAJAESPAÑA.

Dentro del grupo de establecimientos comerciales están incluidos tanto los dedicados al comercio al por mayor como los de comercio al por menor. Si nos fijamos en el total de las tasas de equipamiento/1.000 habitantes (Cuadro 2) la proporción no es muy notoria y se mantiene mayoritariamente por debajo de la media de la Comunidad Autónoma. Únicamente Ciudad Rodrigo y Sanabria tienen una tasa de equipamiento superior a la media regional y son, precisamente, las dos zonas en las que el turismo ya cuenta con un grado de desarrollo mayor. Este dato nos permite concluir que el efecto indirecto que el

turismo provoca sobre su área de influencia es notable y creciente, existe una correlación positiva y altamente significativa entre la instalación de actividades turísticas y la puesta en marcha de iniciativas comerciales que tratan de aprovechar las necesidades que se les plantean a los visitantes. Los resultados obtenidos ratifican la idea del turismo de interior como generador de oportunidades de negocio alternativas que permitirán un crecimiento económico y un mayor bienestar a los residentes en ese territorio que verán incrementados los servicios generales de la zona.

Indudablemente, uno de los potenciales de la zona lo constituyen la extensa variedad de denominaciones de origen existentes. Los alimentos regionales son, entonces, productos representativos de cada tierra y de cada clima. Trascienden el carácter de mercancía y expresan las tradiciones y culturas de los pueblos. Este hecho que ha determinado la existencia de un tipo propio de turismo, el gastronómico, tiene para el tema que ahora tratamos una importancia trascendente porque esa identidad gastronómica no debe quedarse en el paladar del turista sino que debe acompañarle en el viaje de vuelta.

La elección de un producto regional como souvenir indica claramente la existencia de un fuerte lazo de identidad que ata la zona con el producto. La fuerza del turismo como impulsor de marcas se verifica en todo el mundo.

El interés de la valorización de la producción local reside en convertirla en atractivo y reclamo y en artículo de comercialización. El concepto de poner en valor determina unas características especiales en las que se mide no sólo las

peculiaridades del producto sino también el proceso artesanal que esconde y la imagen de la zona de la que proviene y la comercialización de esos productos ha de ser consciente de esa realidad asumiendo la responsabilidad de ser escaparate y recuerdo de una estancia agradable. La actividad comercial y la turística deben caminar de la mano y apoyarse la una en la otra para aprovechar las sinergias de ese hermanamiento.

2.4. Las infraestructuras de acogida.

La oferta de la zona a estudio asciende a 2607 plazas¹, la distribución de las mismas se concentra especialmente en dos comarcas, Ciudad Rodrigo y Sanabria, que ofertan más de 55% del total (Mapa 2). El desarrollo del turismo en estas comarcas, tal y como ya hemos apreciado, es mucho más intenso que en las otras tres, lo que determina que la evolución de su oferta haya sido mucho más amplia.

Cuadro 3: Plazas de las comarcas a estudio

Vitigudino	467	22,6%
Ciudad Rodrigo	502	24,3%
Aliste	242	11,7%
Sanabria	650	31,4%
Sayago	502	24,3%
La Cabrera	244	11,8%
Total Zona	2607	

FUENTE: Elaboración Propia

La relativización de los datos en relación al total provincial podría ser un buen indicador para determinar la importancia del corredor fronterizo como recurso

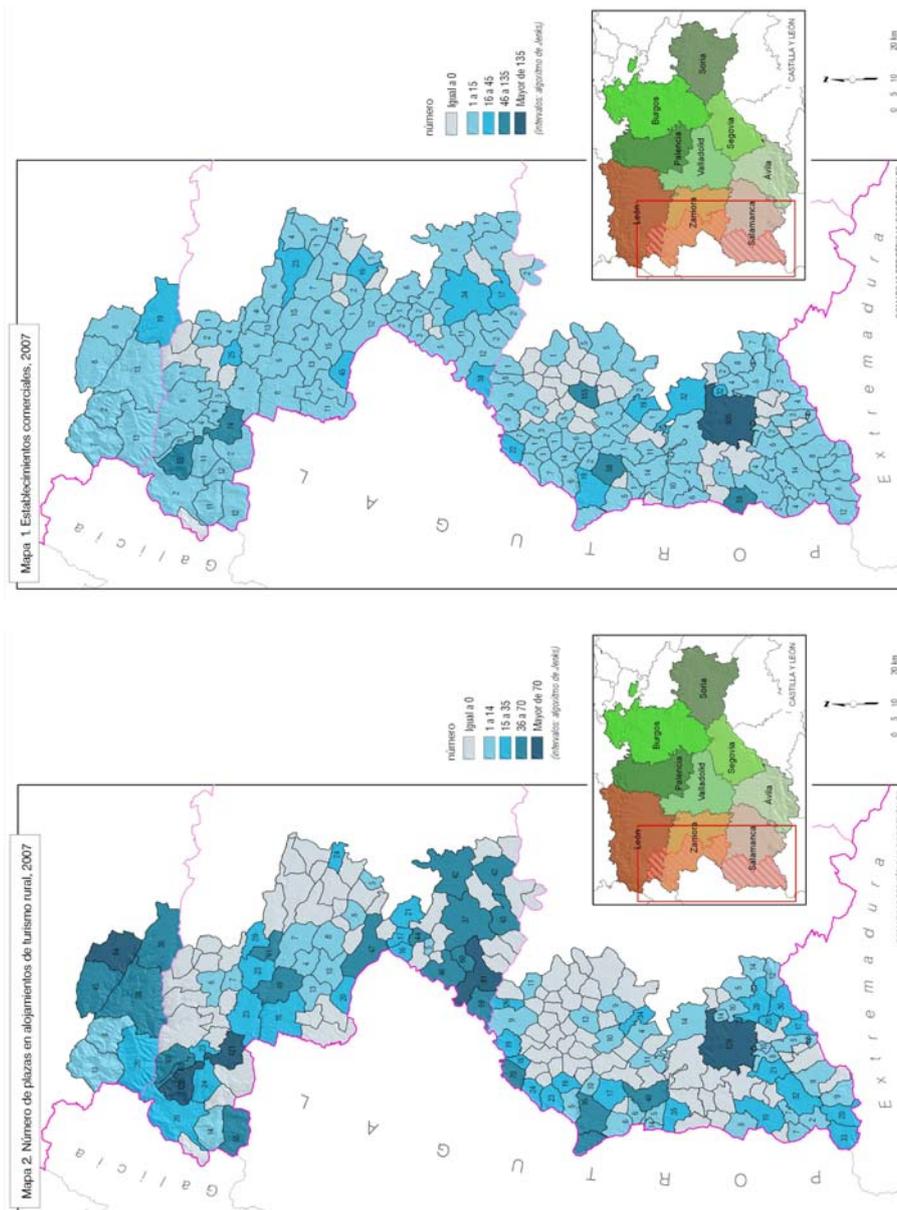
¹ Decreto 84/1995, de 11 De Mayo, de Ordenación de Alojamientos de Turismo Rural

de turismo, dado que podríamos establecer la existencia de una correlación directa entre la oferta de plazas y las posibilidades de atracción que se detectan en la zona. Los resultados que ofrecemos en el cuadro 4 nos indican que en el caso de Salamanca, las dos comarcas fronterizas representan el 30% de la oferta de turismo rural provincial, una cantidad nada desdeñable pero limitada. El caso extremo lo representa Zamora, donde el porcentaje se eleva hasta casi el 70%. Este hecho determina que, a nivel provincial, esta zona es la que ofrece los mayores valores de atracción de visitantes. En el caso de León, la oferta sólo representa el 11,8% del total provincial, un dato que podemos considerar lógico por la escasa representatividad territorial y el bajo grado de desarrollo del sector en la zona, pero, a pesar de ello, el dato obtenido muestra una potencialidad importante.

Cuadro 4: Oferta de plazas en la zona y su relación con la provincia

	Plazas Provincia	Plazas Zona	Porcentaje
LEÓN	3687	244	6,6%
SALAMANCA	3276	969	29,6%
ZAMORA	2033	1394	68,6%
TOTAL	24391	2607	10,7%

FUENTE: Elaboración Propia.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3. PROPUESTA DE MODELIZACIÓN DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL EN LA FRANJA FRONTERIZA DE CASTILLA Y LEÓN.

Una vez determinado el análisis estructural de la zona, el siguiente paso en la investigación realizada consistió en aproximarnos a una estimación de los factores que determinan la posible demanda turística de la zona. En línea con esta idea, se ha especificado un modelo econométrico causal de dicha

demanda, con el objetivo de identificar los principales parámetros que la determinan.

Para el análisis empírico se ha optado, por un modelo uniecuacional, con datos de corte transversal. El método de estimación es el de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), que permitirá estudiar los principales determinantes de la demanda de turismo rural en el corredor

Nuestro objetivo es analizar, para el año 2007, los factores determinantes de la demanda de turismo rural en el corredor fronterizo, que engloba a las seis comarcas de Salamanca, Zamora y León y sus 199 municipios repartidos de la siguiente forma: Salamanca: 99 municipios, Zamora: 84 municipios y León: 7 municipios.

Las variables seleccionadas son:

- **VI** (Número de Viajeros), número de viajeros de cada uno de los municipios que componen la muestra. La estimación se ha realizado a partir del número de viajeros de la Provincia y de la Comunidad.

Fuente: Boletín de Coyuntura Turística. Diciembre 2007. JCyL.

- **PH** (Número de Plazas Hoteleras).

Fuente: Guía de Alojamientos de Turismo Rural. JCyL.

- **PIB** (Producto Interior Bruto Regional).

Fuente: Contabilidad Regional de España. 2007. INE

- **EN** (Medio Ambiente). Variable que recoge el número total de Espacios Naturales y Riqueza Medioambiental que surge de la agregación de los

siguientes aspectos: Paisajes naturales protegidos, Monumentos naturales, Parques nacionales y regionales, ZEPAS y LICs, Reservas naturales y Reservas de caza.

Fuente: Datos Socioeconómicos de los Municipios de España.
CAJAESPAÑA.

- **DO** (Denominaciones de Origen): La información que recoge la variable es el número de denominaciones de origen de cada uno de los municipios de la encuesta, por ejemplo, Muelas del Pan: Denominaciones de Origen 3 (Lechazo de Castilla y León; Lenteja Pardina de Tierra de Campos y Queso Zamorano).

Fuente: Datos Socioeconómicos de los Municipios de España.
CAJAESPAÑA.

- **Bi** (Bienes de Interés Cultural): La información que recoge la variable resulta de la agregación, para cada municipio, de los siguientes ítems: Monumentos, Jardín histórico, Conjunto histórico, Zona arqueológica, Otros bienes y Sitios históricos.

Fuente: Datos Socioeconómicos de los Municipios de España.
CAJAESPAÑA.

El modelo uniecuacional permite determinar la importancia relativa de las variables seleccionadas sobre la demanda de turismo rural. Para la validación de los modelos se han seleccionado los siguientes contrastes:

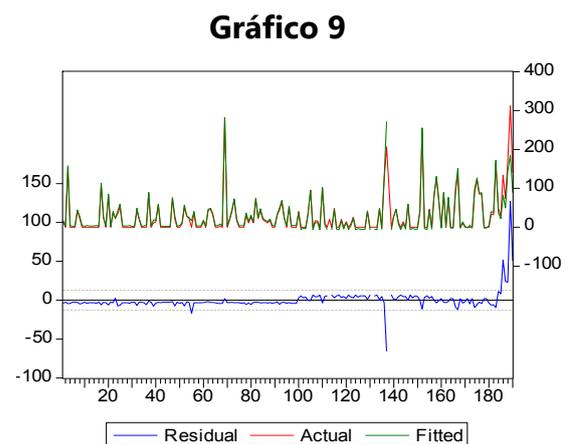
- ✧ Sobre los parámetros: análisis de signos, elasticidades, contraste "t" de Student y contraste de estabilidad de coeficientes
- ✧ Contraste Conjunto: Coeficiente de determinación R²
- ✧ Sobre los residuos: contraste DW
- ✧ Sobre los coeficientes: Análisis de estabilidad

La especificación del Modelo, que nos permite explicar el comportamiento del número de viajeros, se adapta a la siguiente expresión:

$$VI_i = \beta_0 + \beta_1 PH_{1i} + \beta_2 PIB_{2i} + \beta_3 EN_{3i} + \beta_4 DO_{4i} + u_i$$

Los resultados de la estimación se muestran en el cuadro 5:

Cuadro 5: Resultados de la estimación del Modelo			
Variable	V Estimado	t-ratio	Elasticidades
PH	0.021326	46.11	0,009
PIB	0.56096	4.58	0.182
EN	0,008640	1.06	0.0004
DO	0.042453	4.02	0.0055
C	5.6877	4.68	
R2		0,93	
DW		1,997	

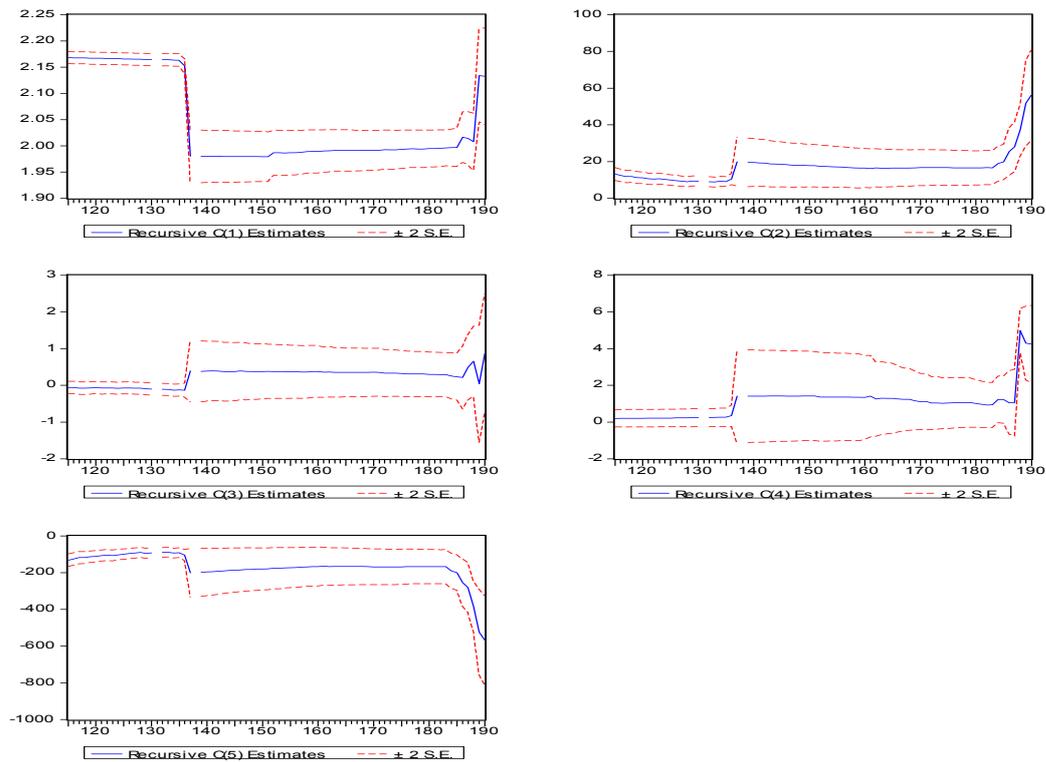


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En la estimación se aprecia, *a priori*, una especificación correcta de las variables, pues los signos de los parámetros se corresponden con lo esperado en el ámbito teórico. Debido a las limitaciones de la base estadística comarcal no ha sido posible la transformación de las variables a logaritmos por lo que los parámetros estimados no reflejan elasticidades, sin embargo para suplir esta deficiencia se han calculado elasticidades en el punto medio lo que permite

realizar análisis porcentuales. En cuanto a los test, para determinar la validez del modelo, señalar que los valores de la "t" de Student indican contratos individuales de parámetros correctos. La bondad del ajuste se considera aceptable ($R^2 = 0,93$); y el coeficiente DW indica la no autocorrelación de los residuos.

Gráficos 10-14



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En los gráficos de estabilidad de los coeficientes (gráficos 10-14) no se observan puntos anómalos fuera de las bandas de confianza que corresponden a mas/menos dos veces su desviación típica.

1. La variable que más influye en el número de viajeros es el PIB, y como es lógico tiene un efecto positivo sobre el número de viajeros. Indudablemente, no podemos obviar el hecho de que estamos analizando una actividad terciaria y dentro de este grupo una actividad de ocio, eso significa que la dependencia de los niveles de renta del individuo es directa y determinante, ofreciendo los mayores registros de elasticidad.

2. La gastronomía de la zona se posiciona como la segunda variable que mas influye en la demanda de turismo en la zona. Cuando iniciamos un viaje turístico, además de dormir, siempre estamos pensando en dónde y con qué alimentarnos. De allí que los turistas sean unos consumidores de alimentos de carácter obligatorio. El potencial de la zona a estudio podría incluso permitir la elaboración de una de ruta gastronómica, que es un concepto que va mucho más allá de la que cada uno se organiza antes de aventurarse a salir de viaje.
3. El numero de plazas hoteleras y casas rurales influyen positivamente en la demanda de turismo y se configura como el tercer valor en orden de importancia. Inevitablemente este planteamiento nos recuerda la Teoría Económica Clásica y la formulación de la Ley de Say, que se resume en la expresión telegráfica *la oferta crea su propia demanda*, como si el simple acto de ofrecer cualquier bien o servicio en el mercado garantizara la venta del mismo. Sin embargo, esta forma de expresarla puede llevar a confusiones; la ley de Say no debe interpretarse como que los productores puedan arriesgarse a ignorar las preferencias de los consumidores, la idea que trata de transmitir esta ley es que los recursos productivos no permanecerán indefinidamente ociosos por falta de Demanda Agregada. Eso significa que la propia existencia de esa oferta genera un interés por

la zona y provoca una demanda inicial que si se satisface en condiciones de calidad puede crecer en el futuro.

4. CONCLUSIONES.

El crecimiento del subsector rural dentro del turismo está siendo imparable, por ello surge una necesidad ineludible de plantear modelos correctos de turismo para evitar errores en la comercialización de espacios turísticos. La aproximación teórica que hemos presentado nos permite plantear las siguientes reflexiones generales:

1. La demanda de turismo rural es creciente, además hay una alta probabilidad de que el turista repita la experiencia, por tanto se puede asegurar que hay una demanda mínima necesaria que cubría los costos de nuevas inversiones en la zona.
2. Se deberían de incentivar la creación de más actividades complementarias y planteamos el diseño de una ruta gastronómica como valor seguro. El uso que hace el turismo del patrimonio lleva a que la gastronomía adquiera cada vez mayor importancia para promocionar un destino y para captar corrientes turísticas. Azambuja (1999) señala que las principales motivaciones se encuentran en la búsqueda del placer a través de la alimentación y el viaje pero dejando de lado lo estándar para favorecer lo genuino. Es importante notar que la construcción de las

rutas es un proceso dinámico; consecuentemente, el estado de situación se modifica permanentemente, generalmente en términos positivos, ya que se produce un efecto contagio entre las regiones que genera nuevas demandas organizacionales.

3. Se deberían de potenciar las actividades de ecoturismo en la zona dado que se constituye como un elemento de atracción de turistas. La valoración del medio ambiente es la otra cara de la moneda del descrédito de las formas de Turismo masificado; en particular el de Sol y Playa. Precisamente una de sus principales críticas ha sido el deterioro medioambiental, consecuente con la indiscriminada urbanización en varios municipios costeros, playas saturadas, ausencia de espacios, suciedad... De este modo, el Turismo Rural se presenta como una alternativa al Turismo tradicional, en el que el cliente disfruta de un espacio natural privilegiado como es el caso que nos ocupa.
4. La zona debe adaptarse a través de la diversificación de productos turísticos que ofrece el mercado, y obtener una especialización de la oferta para ajustarse a los cambios que tienen lugar en los hábitos del consumidor y satisfacer sus necesidades, que en definitiva es lo más importante a la hora de fidelizarlo y de captar nuevos clientes.

Como conclusión general es preciso destacar la necesidad de actuar bajo el marco de la sostenibilidad de los recursos a través de un uso adecuado de los mismos lo que nos obliga necesariamente a un cambio en los planteamientos

tradicionales de la actividad turística. En la tradicional mentalidad capitalista el turista se considera más como un factor de producción que como un consumidor al que había que satisfacer. El progresivo enriquecimiento de la población, que ha visto paulatinamente incrementado su nivel de renta ha establecido un elevado rasero de exigencia obligando a una modificación en los modos de producción. La búsqueda desenfrenada del beneficio, que caracterizó a esta industria durante la década de los 60 y 70, ha dado paso a la maximización de la utilidad de los consumidores como pieza fundamental del proceso al tiempo que el turismo ha de servir de catalizador de un conjunto de fuerzas que deber servir al progreso de los pueblos.

5. BIBLIOGRAFÍA.

ALONSO, E. Y MÚGICA, M. (1998): *"El Turismo Sostenible: documentos y compromisos internacionales"*. VI Conferencia Nacional de Educación Ambiental "Ambientalizar el turismo". Reus 2-4 diciembre 1998. (<http://gencat.es/miemb/cnea/viicnea>).

AZAMBUJA, M. (1999) *"A gastronomia enquanto produto turístico"*. Turismo Urbano. Cidades sites de excitação turística. Pp. 84-92. Porto Alegre: Edición del Autor.

AZAMBUJA, M. (1999) *"A gastronomia enquanto produto turístico"*. Turismo Urbano. Cidades sites de excitação turística. Pp. 84-92. Porto Alegre: Edición del Autor

BARRERA, E. (2006): Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Oficina Internacional del Trabajo. CINTERFOR. Montevideo.

BOTE GÓMEZ, V. (1992): Turismo en Espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. Editorial popular S.A. Madrid.

CAJAESPAÑA (2008): *Datos Socioeconómicos de los Municipios de España*. <http://www.cajaespana.es>

ESTEVE SECAL, R. Y FUENTES GARCÍA, R. (2000): Economía, historia e instituciones del turismo en España. Madrid. Pirámide.

- ESTÉVEZ GONZÁLEZ, F. (1999): "*Descongelando cultura. Alimentación, museos y representación*". En Actas del Congreso Internacional 1998. Museo Nacional de Antropología. Antropología de la Alimentación: Entre Naturaleza y Cultura, Volumen I. Pp. 117- 131. Huesca: La Val de Onsera.
- FULLANA, P. Y AYUSO, S. (2002): "*Turismo Sostenible*". Cuadernos de Medio Ambiente. Rubes. Barcelona.
- GARUFI, J. (1998). "Valorización del patrimonio culinario regional en el Turismo Rural". III Seminario Internacional de Turismo Rural en el Cono Sur. Buenos Aires, Noviembre. Edición LADEVI.
- INE (2007): *Padrón de Habitantes, 2007*. <http://www.ine.es>
- INE (2008): *Contabilidad Regional de España*. <http://www.ine.es>
- INSTITUTO DE ESTUDIOS DE CAJAMAR (2005): Diagnóstico sobre las dotaciones hoteleras de turismo de interior en Almería (Establecimientos colectivos). Caja Rural Intermediterránea.
- JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (2007): *Boletín de Coyuntura Turística*. Diciembre 2007.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2005): "*Teoría y práctica de la sostenibilidad en el turismo*" en Contribuciones a la Economía, abril 2005. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>
- OMT: <http://world-tourism.org>, 2009.
- PEREIRA, A. L. y FÉLIX, M. J. (2002). "*Siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrado en el turismo. Lecturas Educación Física y Deporte*". Revista Digital [en línea], 50 Disponible en: <http://www.efdeportes.com>. Buenos Aires.
- PULIDO, A. y LÓPEZ, A. (1999): Predicción y simulación aplicada a la economía y gestión de empresas. Pirámide, Madrid.
- PULIDO, A. Y PÉREZ, J., (2001): Modelos Econométricos. Pirámide, Madrid
- RIVAS GARCÍA, J. (2004): Estructura y Economía del Mercado Turístico Tercera Edición. Septem Ediciones. Oviedo.
- SOLSONA MONSONIS, J., (1999): El Turismo Rural en la Comunidad Valenciana, Análisis y Planificación. Aplicación al Alto Mijares; Sociedad Castellonense de Cultura; Serie estudios económicos. Castelló de la Plana.
- SOLSONA MONZONÍS, J. (2001): "*Turismo en espacio rural. El caso español*". Estudios y perspectivas en Turismo. Vol. 10. Números 1-2. Pp. 11-41.
- ZAMORANO, F. M. (2001): Turismo Alternativo. Servicios Turísticos Diferenciados. Ed. Trillas. Mexico.