

TURISMO EN LA FRONTERA EXTREMEÑO-ALENTEJANA

PASADO, PRESENTE Y FUTURO A AMBOS LADOS DE LA RAYA

Marcelino Sánchez Rivero

Universidad de Extremadura

João Albino Silva
Jorge Miguel Andraz

Universidad de Algarve

Resumen

El objetivo de este trabajo es plasmar las macromagnitudes que definen estructuralmente el sector turístico tanto en Extremadura como en las tres sub-regiones interiores de Alentejo. Mediante una presentación paralela de datos de oferta y demanda turísticas, se pretende demostrar las similitudes existentes entre estas dos regiones de la Península Ibérica. También se apuntan las líneas maestras de política turística de los últimos años y se concretan las realizaciones que, en materia de cooperación turística, se han producido entre Extremadura y Alentejo, principalmente durante la segunda mitad de los años noventa. Se concluye, tras el diagnóstico realizado, con un decálogo de actuaciones que deberían orientar el futuro del turismo en el área fronteriza extremeño-alentejana.

Palabras clave: oferta turística, demanda turística, índice de preferencia, política turística.

Abstract

The aim of this article is to reflect the macromagnitudes defining the tourist sector in structural terms both in Extremadura and in the three internal sub-regions of Alentejo. By means of a parallel presentation of the tourist supply and demand data, we set out to show the similarities between these two regions of the Iberian Peninsula. We also point out the guidelines of tourist policy in the last few years and describe the activities that have been carried on in the field of tourist cooperation between Extremadura and Alentejo, mainly during the second half of the nineties. After making the diagnosis, we conclude with a set of measures that should guide the future of tourism in the Extremadura-Alentejo border area.

Key words: tourist supply, tourist demand, preference index, tourist policy.

JEL classification: L83.

I. INTRODUCCIÓN

Hablar hoy de turismo en el área fronteriza extremeño-alentejana es hacerlo de un sector en el que hace sólo unos pocos años se depositaban escasas expectativas. Sin embargo, la importancia que las instituciones públicas comienzan a otorgarle a principios y mediados de los años noventa, junto a las importantes ayudas procedentes de la Unión Europea para el desarrollo del medio rural (como las canalizadas a través de los programas LEADER e INTERREG), lo convierten en lo que hoy es: un sector estrella de la economía de la zona. De hecho, en unas economías netamente agroganaderas, como son la extremeña y la alentejana, el obligado proceso de terciarización ha llevado a las autoridades regionales y locales a ver en el turismo el futuro motor de dichas economías (1). Como consecuencia de este interés institucional, el turismo se ha convertido en una actividad con más trascendencia mediática, política y social que puramente económica.

Aun así, y como consecuencia de su influencia en políticas medioambientales y de su papel en la recuperación del patrimonio histórico-artístico, en la fijación de la población y en la revitalización de las economías locales y comarcales, el sector turístico merece un análisis sosegado, como el que los autores se proponen realizar en el presente trabajo. Pa-

ra ello, se plasman en primer lugar las principales macromagnitudes turísticas de ambos lados de la Raya (oferta de establecimientos turísticos, visitantes, pernoctaciones, estancia media, etc.), se ofrece una breve pincelada de su importancia económica y de su impacto en el empleo y se comentan las líneas maestras de la política turística pasada, presente y futura, todo ello con una perspectiva temporal que abarca los años comprendidos entre 1993 y 2002. A continuación, se destacan los principales hitos en materia de cooperación turística entre Extremadura y Alentejo, y se concluye con algunas de las actuaciones que deberían orientar el futuro turístico del área fronteriza extremeño-alentejana.

II. PRINCIPALES MACROMAGNITUDES TURÍSTICAS DE EXTREMADURA Y DE ALENTEJO (1993-2002)

1. Oferta turística

1.1. Extremadura

La oferta de establecimientos turísticos ha experimentado en Extremadura durante el último decenio un desarrollo importante. Así, según se aprecia en el cuadro núm. 1, el número de hoteles se ha in-

crementado más de un 65 por 100 en tan sólo diez años, siendo la evolución del número de plazas hoteleras ofertadas muy similar al del número de establecimientos (el número de plazas ha aumentado casi un 55 por 100 en el período analizado). Sin embargo, lo más significativo no ha sido tanto la mejora cuantitativa de la oferta hotelera extremeña como su mejora cualitativa, puesto que mientras que en los años 1993 y 1994 las plazas de los hoteles de tres o más estrellas representan en torno al 54 por 100 del total, en el año 2002 esta proporción se ha elevado a casi un 62 por 100. Esto significa que durante los últimos diez años Extremadura ha ido creando una oferta hotelera de calidad que, a principios de los años noventa del pasado siglo era claramente insuficiente, y que en los primeros años del siglo XXI comienza a corresponderse con las exigencias de los turistas que la visitan.

Por su parte, si bien la oferta de hostales ha experimentado también un avance entre los años 1993 y 2002 (tanto en número de unidades como de plazas), hay que reconocer que éste ha sido mucho más moderado que el de los hoteles (el número de hostales ha crecido un 42 por 100, mientras que sus plazas se han incrementado sólo un 26 por 100, lo que evidencia un claro proceso de redimensionamiento de los hostales extremeños, que están tendiendo hacia establecimientos más pequeños).

La decidida apuesta de la Administración turística extremeña por basar buena parte del desarrollo turístico de la región en sus valores medioambientales y en el medio rural se ha visto reflejada, entre otras medidas, en una potenciación de la oferta de *campings* y de casas rurales. En lo que a *campings* se refiere, su oferta se ha visto reforzada con la creación de siete nuevos establecimientos, lo que ha supuesto prácticamente duplicar el número de plazas existentes. Por su parte, los alojamientos rurales en general, y las casas rurales en particular, han experimentado un crecimiento exponencial en los últimos seis o siete años. Como consecuencia de la política de subvenciones para la rehabilitación,

adaptación y mejora de casas rurales, Extremadura ha pasado de contar con sólo 19 casas rurales (que ofertaban 176 plazas) en el año 1996 a casi 200 establecimientos (con una oferta global de más de 1.600 plazas) en el año 2002.

Las pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros de Extremadura se han duplicado entre los años 1993 y 2002 (la tasa de crecimiento ha sido, concretamente, de un 119 por 100 entre estos dos años, si bien dicho crecimiento fue incluso superior en los años 2000 y 2001), a pesar de lo cual estas pernoctaciones sólo representan entre el 0,6 y el 0,8 por 100 del total nacional, como consecuencia del escaso peso de los turistas extranjeros en el conjunto de los flujos turísticos con destino en Extremadura (junto al acusado desequilibrio entre la estancia media de los mismos en España y en la región extremeña). Según se aprecia en el cuadro núm. 2, las pernoctaciones causadas por los turistas extranjeros no representan en Extremadura más de un 12 ó 13 por 100 de las pernoctaciones totales, mientras que a escala nacional las pernoctaciones extranjeras suponen en torno al 63 por 100 del total.

Respecto al grado de ocupación media de los establecimientos hoteleros extremeños, y tomando como referencia el año 2002, éste se sitúa en torno al 31,5 por 100 del total de plazas, siendo los meses de abril, mayo, agosto y septiembre los que registran, habitualmente, los mayores niveles de ocupación hotelera. Por categorías de establecimientos, son los hoteles de cuatro estrellas los que mejores niveles de ocupación media alcanzan, llegando incluso a máximos de un 60 ó 65 por 100 en los meses anteriormente mencionados.

Además de la oferta hotelera y extrahotelera de Extremadura, su oferta de servicios turísticos se complementaba, a finales del año 2002, con 96 pensiones (1.313 plazas), 12 apartamentos turísticos (354 plazas), 1.138 restaurantes (120.225 plazas), 279 cafeterías (16.280 plazas) y 132 agencias de viajes.

CUADRO NÚM. 1
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE UNIDADES Y DEL NÚMERO DE PLAZAS
DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EXTREMEÑOS (PERÍODO 1993-2002)

Año	Hoteles		Hostales		Campings		Casas rurales	
	Número	Plazas	Número	Plazas	Número	Plazas	Número	Plazas
1993	96	6.670	139	3.864	21	5.647	-	-
1994	101	7.135	153	4.123	22	5.244	-	-
1995	112	7.659	155	4.047	26	6.910	-	-
1996	115	7.882	158	4.026	27	7.230	19	176
1997	118	8.122	167	4.253	26	7.289	42	363
1998	125	8.554	170	4.440	26	7.003	66	585
1999	135	8.985	175	4.389	28	8.007	88	777
2000	140	9.343	184	4.613	29	10.214	115	1.008
2001	148	9.744	193	4.778	28	10.134	148	1.256
2002	159	10.313	198	4.884	28	10.304	192	1.613

Fuente: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

CUADRO NÚM. 2
PERNOCTACIONES EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EXTREMEÑOS EN EL PERÍODO 1993-2002

Año	Pernoctaciones			Índice variación	Proporción de extranjeros (porcentaje)	Cuota mercado español (porcentaje)
	Españoles	Extranjeros	Total			
1993.....	702.179	71.242	773.421	100,00	9,2	0,6
1994.....	813.995	103.454	917.449	118,62	11,3	0,6
1995.....	934.671	103.504	1.038.175	134,23	10,0	0,7
1996.....	969.127	108.528	1.077.655	139,34	10,1	0,7
1997.....	1.020.047	108.455	1.128.502	145,91	9,6	0,7
1998.....	1.154.687	114.156	1.268.843	164,06	9,0	0,7
1999.....	1.420.015	208.386	1.628.401	210,55	12,8	0,7
2000.....	1.556.179	210.058	1.766.237	228,37	11,9	0,8
2001.....	1.611.773	222.571	1.834.344	237,17	12,1	0,8
2002.....	1.471.971	222.539	1.694.510	219,09	13,1	0,8

Fuente: INE, «Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros», y Encuesta de ocupación hotelera.

1.2. Alentejo (2)

En el año 2002 la región alentejana contaba con 105 establecimientos hoteleros, que ofertaban 2.122 habitaciones y una capacidad total de 7.541 camas (véase el cuadro núm. 3). La tasa media de ocupación de estos establecimientos se situó en torno al 32,2 por 100. En comparación con el año 1993, el aumento de la oferta hostelera de la región se cuantifica en una tasa de crecimiento de un 18 por 100 en el número de establecimientos, de un 39,7 por 100 en el número de habitaciones y de un 13,7 por 100 en el número de camas. El aumento del número de unidades hosteleras ha sido debido esencialmente al acentuado crecimiento del número de hoteles (un 70 por 100) y del número de otros establecimientos (que crecieron un 45,5 por 100). Finalmente, el número de pensiones se ha reducido ligeramente. El crecimiento de la oferta de habitaciones ha correspondido exclusivamente a los hoteles (un 77,9 por 100) y a otros establecimientos hoteleros (62,2 por 100), mientras que los principales responsables del

aumento del número de camas han sido los hoteles, en los que se registró un crecimiento de un 86,6 por 100, toda vez que la oferta de camas sólo se incrementó un 1,7 por 100 en las pensiones y un 13,7 por 100 en los otros establecimientos.

Este gran dinamismo experimentado en los hoteles alentejanos se ha verificado en todas sus sub-regiones, tal y como queda reflejado en el cuadro núm. 4, si bien los valores más elevados se han registrado en el Bajo Alentejo, circunstancia que se explica por la débil dotación inicial de alojamientos turísticos de esta sub-región. Por su parte, la reducción del número de pensiones se localiza, principalmente, en el Bajo Alentejo, aunque también en el Alentejo Central, al contrario de lo acontecido en el Alto Alentejo, donde se produce un importante aumento de este tipo de alojamiento turístico (tanto en número de unidades como de habitaciones y de camas). Las elevadas tasas de crecimiento experimentadas por el Alto y el Bajo Alentejo en los otros establecimientos turísticos se justifican, nuevamente, por la escasez inicial de ellos en estas dos sub-regiones alenteja-

CUADRO NÚM. 3
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, NÚMERO DE HABITACIONES, CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO Y TASA DE OCUPACIÓN EN 1993 Y EN 2002 EN ALENTEJO, POR CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTOS

	1993				2002			
	Número de unidades	Número de habitaciones	Capacidad (*)	Tasa de ocupación	Número de unidades	Número de habitaciones	Capacidad	Tasa de ocupación
Hoteles	10	566	1.176	37,5	17	1.007	2.195	38,9
Pensiones	38	694	2.588	14,7	37	695	2.631	21,6
Otros	12	259	2.867	34,1	16	420	2.715	38,3
Total	89	1.519	6.631	27,0	105	2.122	7.541	32,2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

(*) La capacidad de alojamiento de los establecimientos hoteleros y de otros establecimientos complementarios es el número máximo de individuos que dichos establecimientos hoteleros pueden alojar en un determinado momento. En hostelería, esta capacidad viene determinada por el número de camas, considerando como dos camas las de matrimonio.

CUADRO NÚM. 4
VARIACIÓN DEL NÚMERO DE UNIDADES,
DEL NÚMERO DE HABITACIONES
Y DE LA CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO
ENTRE 1993 Y 2002 EN CADA SUB-REGIÓN
INTERIOR DE ALENTEJO
(En porcentajes)

	<i>Hoteles</i>	<i>Pensiones</i>	<i>Otros</i>
<i>Alentejo (3 sub-regiones)</i>			
Número de unidades.....	70,0	-2,6	33,3
Número de habitaciones	77,9	0,1	62,2
Capacidad	86,6	1,7	13,7
<i>Alto Alentejo</i>			
Número de unidades	100	27,3	66,7
Número de habitaciones	74,8	13,8	70,4
Capacidad	50,9	13,6	105,4
<i>Alentejo Central</i>			
Número de unidades.....	40,0	-6,25	0,0
Número de habitaciones	70,4	3,3	28,5
Capacidad	63,0	4,6	24,6
<i>Bajo Alentejo</i>			
Número de unidades.....	100	-27,3	66,6
Número de habitaciones	159,5	-16,0	141,2
Capacidad	147,5	-17,5	96,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

nas. En este sentido, es necesario precisar que estos «otros establecimientos» engloban a los apartahoteles, a los apartamentos turísticos, a las villas turísticas, a los moteles, a las posadas, a las casas rurales, a los albergues y a los hostales. Todas estas unidades hosteleras tienen una presencia relativamente reducida en todas las sub-regiones interiores de Alentejo y un protagonismo considerablemente mayor en el Alentejo Litoral, donde se concentra cerca de la mitad de estos establecimientos. Esta disparidad entre esta sub-región y las tres sub-regiones interiores (fronterizas con Extremadura) se puede apreciar con claridad en el cuadro núm. 5.

El desequilibrio que muestra el cuadro núm. 5 se aprecia también, si bien en sentido contrario, con las pensiones, ya que cerca del 66 por 100 del número de pensiones existentes en Alentejo estaban localizadas en el año 2002 en las sub-regiones no litorales, siendo las oscilaciones registradas en éstas las responsables de la reducción del número de unidades ocurrida en toda la región alentejana.

Siendo importante el alojamiento turístico, no lo son menos otras áreas específicas de oferta turística. Así, la demanda de servicios de restauración en Alentejo es esencialmente local y regional, y asociada a la población residente. La distribución espacial de las áreas de restauración es muy similar a la de la oferta turística de alojamientos, concentrándose en núcleos urbanos como Évora, Elvas y Portalegre, y algunos otros más alejados de la frontera con España.

Las recientes mejoras de las infraestructuras viarias entre regiones portuguesas y de las conexiones

con otras regiones y con España merecen también ser destacadas, así como las ventajas comparativas que Alentejo tiene con otras regiones en términos de transporte aéreo por la proximidad de los aeropuertos de Lisboa y Faro.

Por su parte, los servicios de agencias de viajes no han sido excesivamente significativos en Alentejo, y la mayoría de estos servicios se concentran en la región de turismo de Évora. A esto hay que añadir la inexistencia de touroperadores turísticos en la región y la reducida oferta de servicios de alquiler de vehículos en las zonas interiores y fronterizas.

Por toda la región se encuentran diversos elementos arquitectónicos relevantes, muchos de los cuales están clasificados como patrimonio nacional (iglesias, conventos, castillos, fortalezas, fuentes, palacios, estatuas, puentes, acueductos, etc.). Por su parte, la oferta de museos se ha consolidado en los últimos años, tratándose en la actualidad de una oferta de gran importancia en el desarrollo turístico de Alentejo. Otros acontecimientos con fuerte poder de atracción de visitantes son las ferias, los festivales musicales y las manifestaciones religiosas.

El número de empresas dedicadas a ofrecer servicios de animación turística (como organización de rutas y de actividades deportivas) está aumentando también, dando lugar a un crecimiento significativo de la oferta de actividades de ocio y tiempo libre asociada a diversos productos turísticos emergentes de la región, entre los que destacan los circuitos y las rutas de turismo activo, el turismo ecuestre, el turismo cinegético, el turismo enológico y el turismo joven.

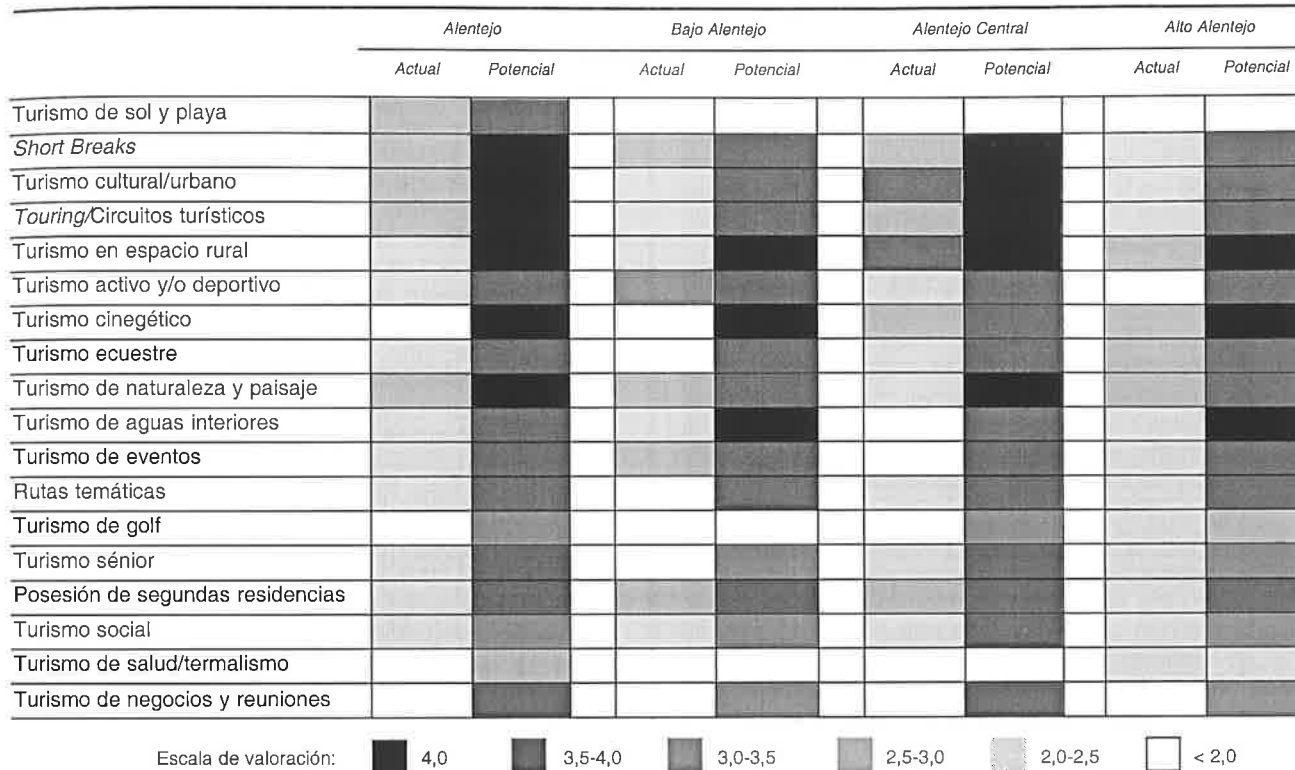
A pesar del evidente estado de desarrollo turístico de la región de Alentejo, éste se encuentra todavía en una fase de arranque (con la excepción de algunos núcleos urbanos), y su atractivo turístico está muy ligado al tipismo y a la excelencia de los recursos turísticos primarios, que están asumiendo, a su vez, cada vez más protagonismo. De hecho, la región de Alentejo cuenta ya con una importante cartera de productos turísticos, cuya contribución a la actividad turística y, consecuentemente, a la economía local y regional es indiscutible. Como se puede apreciar en el gráfico 1, el grado de desarrollo global de los productos turísticos de Alentejo, aun siendo ya significativo, está todavía algo por debajo del

CUADRO NÚM. 5
NÚMERO DE OTROS ESTABLECIMIENTOS EN 1993
Y 2002 Y SU VARIACIÓN RELATIVA,
POR SUB-REGIÓN DE ALENTEJO

	1993	2002	<i>Variación</i> <i>(Porcentaje)</i>
<i>Alentejo (total)</i>	22	32	45,5
<i>Alto Alentejo</i>	3	5	66,7
<i>Alentejo Central</i>	6	6	0,0
<i>Bajo Alentejo</i>	3	5	66,6
<i>Alentejo Litoral</i>	10	16	60,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

GRÁFICO 1
GRADO DE DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE ALENTEJO



Fuente: ARTA (2001).

potencial de desarrollo de la región. Tanto es así que Alentejo posee unas potencialidades que, si fueran puestas en valor, permitirían un incremento notable del turismo, convirtiendo a este sector en unos de los motores del desarrollo regional.

Un análisis más detallado permite identificar algunas particularidades de las diferentes sub-regiones de Alentejo. Así, en la sub-región del Bajo Alentejo destaca el municipio de Beja, que posee una gran capacidad de atracción del turismo de negocios y cultural, al ser punto obligado de paso entre el área metropolitana de Lisboa, la región de Algarve y España. También son destacables los municipios de esta sub-región con una oferta asociada a las llamadas *pousadas* turísticas.

En la sub-región del Alentejo Central también se observa una progresiva afirmación del sector a través del turismo en espacio rural, así como del turismo urbano, siendo su núcleo principal Evora, cuyo patrimonio cultural e histórico-artístico ha sido objeto de reconocimiento por la UNESCO, al ser nombrada Patrimonio de la Humanidad.

El Alto Alentejo se caracteriza por una oferta turística todavía incipiente desde un punto de vista cuantitativo, a pesar de lo cual se asiste a una cierta dinamización gracias a un significativo conjunto de acciones de revalorización del Norte alentejano.

En términos generales, es posible identificar una cierta uniformidad entre las tres sub-regiones consideradas. Se aprecia un elevado potencial de desarrollo para prácticamente todos los tipos de productos, pero especialmente para los *short-breaks*, para el turismo cultural urbano, para el *touring* (circuitos turísticos), para el turismo en espacio rural y para el turismo de naturaleza y paisajístico.

Es una realidad que Alentejo posee un rico patrimonio natural y cultural y que cuenta con las condiciones necesarias para el desarrollo de productos turísticos susceptibles de atenuar la estacionalidad característica del sector. Pero su fortaleza como destino turístico no debe asentarse solamente en los recursos tradicionales de sol/mar/playa (que caracteriza a la oferta turística del Alentejo Litoral), sino también, y principalmente, en productos turísticos relacionados con el medio ambiente y el patrimonio paisajístico e histórico, en el diseño de circuitos turísticos diversificados, en la articulación entre el litoral y el interior y en la promoción del encuentro entre las culturas mediterránea y atlántica.

Los principales factores de atractivo turístico son las diversas áreas protegidas y clasificadas, la originalidad de los paisajes, la riqueza del patrimonio edificado, la artesanía, los oficios tradicionales, la gastronomía y los vinos alentejanos, las tradiciones populares, la existencia de zonas con escasa den-

sidad de población (susceptibles al desarrollo de diversas actividades de ocio y tiempo libre, como caza, pesca, deportes de riesgo, etc.) y, finalmente, la hospitalidad de la población.

Los productos respecto a los cuales se vislumbran mayores oportunidades a escala regional (lo que justifica una intervención integrada que posibilite un aumento de la competitividad de Alentejo en el ámbito de la política lusa de turismo) son, en contraste con el turismo en la región litoral, el turismo en las áreas urbanas, el turismo rural, el turismo activo y/o de naturaleza, el turismo de salud y el turismo cultural.

La ciudad de Évora, poseedora de un patrimonio cultural reconocido internacionalmente, representa el gran polo de captación turística urbana. A pesar de ello, la actividad turística de esta ciudad no debe limitarse a la motivación cultural, puesto que puede (y debe) aspirar a otros segmentos del mercado turístico, como los relacionados con congresos, incentivos y reuniones empresariales.

El turismo rural es un producto bastante reciente en la región, en la que existen condiciones muy favorables para su expansión a corto y medio plazo. Por su parte, los productos relacionados con el medio ambiente han experimentado una demanda creciente, en especial en las denominadas áreas protegidas. En cuanto al turismo activo o deportivo, su desarrollo podría cimentarse en la construcción de zonas de caza turística. Finalmente, el termalismo posee una fuerte tradición en Alentejo, en especial en la sub-región del Alto Alentejo, pero lo más importante es que se trata de un producto que puede diversificar mucho su oferta y del que se espera que tenga un fuerte crecimiento en la región a medio y largo plazo.

2. Demanda turística

2.1. Extremadura

La década de los años noventa del siglo xx, pero especialmente sus tres últimos años, marcan el

despegue del turismo extremeño en lo que a demanda turística se refiere. Si hasta finales de los años ochenta Extremadura era una gran desconocida, no sólo para la mayor de los españoles sino también para muchos extremeños, a partir de principios de los años noventa se produce, como consecuencia de la intensa política de promoción de la Administración turística regional, un fenómeno de atracción de flujos turísticos realmente importante, pasándose de algo más de medio millón de visitantes en 1993 a cifras que superan claramente el millón en los años 2000 y 2001 (véase el cuadro núm. 6). Es, por tanto, la segunda mitad de la década de los noventa la que contempla el despegue y la consolidación de Extremadura como región turística de interior. Una de las circunstancias que justifican este *boom* turístico de la región es la mejora de las vías de comunicación, y especialmente la conversión en autovía de la carretera N-V, que sitúa a muchos madrileños y andaluces occidentales a poco más de una hora de conducción de la oferta cultural y natural que Extremadura atesora. Se trata, por otra parte, de un turismo fundamentalmente nacional, ya que los flujos turísticos extranjeros no suponen más de un 14 ó 15 por 100, en el mejor de los casos. Un análisis algo más detallado de estos visitantes nacionales permite apreciar la importancia que los flujos turísticos procedentes de Madrid tienen en la composición de los mismos, puesto que los visitantes madrileños representan, dependiendo de la zona geográfica y de la época del año, entre un tercio y una cuarta parte del total de visitantes nacionales. No obstante, a pesar de este notable incremento en las cifras de visitantes (las tasas de crecimiento en Extremadura han sido, durante todo el período considerado, superiores a la tasa media de crecimiento nacional), la cuota del mercado turístico español que acapara la región es mínima, ya que ésta no ha superado en los últimos diez años la cifra del 2 por 100.

Sin ningún género de dudas, los intercambios entre España y Portugal, y más concretamente entre

CUADRO NÚM. 6
VIAJEROS QUE HAN PERNOCTADO EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS
EXTREMEÑOS EN EL PERÍODO 1993-2002

Año	Viajeros			Índice variación	Proporción de extranjeros (porcentaje)	Cuota mercado español (porcentaje)	Estancia media (días)
	Españoles	Extranjeros	Total				
1993.....	458.646	56.172	514.818	100,00	10,9	1,6	1,50
1994.....	527.765	73.818	601.583	116,85	12,3	1,7	1,53
1995.....	573.798	72.363	646.161	125,51	11,2	1,7	1,61
1996.....	614.721	76.081	690.802	134,18	11,0	1,8	1,56
1997.....	639.773	77.243	717.016	139,28	10,8	1,7	1,57
1998.....	731.218	81.333	812.551	157,83	10,0	1,8	1,56
1999.....	906.280	147.225	1.053.505	204,64	14,0	1,8	1,55
2000.....	958.037	148.613	1.106.650	214,96	13,4	1,9	1,60
2001.....	953.096	149.814	1.102.910	214,23	13,6	1,8	1,66
2002.....	843.066	150.623	993.689	193,02	15,2	1,7	1,71

Fuente: INE, «Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros», y *Encuesta de ocupación hotelera*.

**CUADRO NÚM. 7
PESO RELATIVO DE LOS TURISTAS
PORTUGUESES EN DIFERENTES
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS
DE EXTREMADURA (AÑO 2002)**

<i>Tipo de establecimiento</i>	<i>Porcentaje de portugueses sobre el total de extranjeros</i>
Hoteles de cuatro estrellas	14,1
Hoteles de tres estrellas	54,4
Hoteles de dos estrellas	42,2
Hoteles de una estrella	25,9
Hostales	23,1
Pensiones	20,9
Alojamientos rurales	10,3
Campings	20,2

Fuente: Proyecto SITEX (Sistema de Información Turística de Extremadura). Junta de Extremadura.

Extremadura y Alentejo, también han llegado al sector turístico. Tanto es así que, hoy por hoy, los flujos turísticos portugueses son vitales para el sostenimiento del sector en Extremadura. Sea cual sea el tipo de establecimiento analizado, las cifras hablan por sí mismas (véase el cuadro núm. 7), puesto que en el año 2002 más de la mitad de los turistas extranjeros que pernoctaron en hoteles de tres estrellas de Extremadura eran portugueses. Pero esta demanda portuguesa representa también más de un 42 por 100 de la demanda extranjera de plazas en hoteles de dos estrellas y casi un 26 por 100 de la demanda en hoteles de una estrella. Además, en torno a uno de cada cinco turistas extranjeros que pernoctaron en los hostales, pensiones y campings extremeños era de origen luso. Por último, los establecimientos turísticos en los que el peso de la demanda portuguesa es menor son los hoteles de cuatro estrellas (14 por 100) y los alojamientos rurales (10,3 por 100).

La estancia media de los turistas que visitan Extremadura se sitúa en torno a 1,6 días, lo cual representa menos de la mitad de la estancia media a escala nacional (en torno a unos cuatro días). Este importante desfase entre las cifras regionales y las nacionales es debido a la diferente composición del turismo en una y en otra unidad geográfica. Así, mientras que en el ámbito nacional los turistas extranjeros (que son, por otra parte, los que generan mayor número de pernoctaciones per cápita) representan entre un 40 y un 45 por 100, en Extremadura dichos turistas sólo representan entre un 12 y un 15 por 100, según los años, de los flujos turísticos totales registrados.

2.2. Alentejo

El mercado nacional portugués es, sin ningún género de dudas, el principal cliente turístico de la región de Alentejo (véase el cuadro núm. 8), representando en el año 2002 el 71,8 por 100 del número

total de visitantes. Por el contrario, el turismo español representó tan sólo el 4,1 por 100 del total, frente a un 24,1 por 100 de turistas de otras nacionalidades. En el segmento de visitantes extranjeros, los países de origen del mayor número de visitantes en la región en el período considerado son Alemania y Francia.

**CUADRO NÚM. 8
NÚMERO DE VISITANTES DEL ALENTEJO
EN 1993 Y 2002 Y SU TASA DE VARIACIÓN,
POR NACIONALIDAD**

	1993	2002	Variación (Porcentaje)
<i>Total de visitantes</i>	324.942	552.536	70,0
Por nacionalidad:			
- Portugueses	216.076	396.615	83,6
- Españoles	20.630	22.583	9,5
- Otros	88.236	133.338	51,1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

Entre los años 1993 y 2002 se registró en Alentejo un aumento de un 70 por 100 en el número de visitantes, motivado principalmente por el incremento del turismo nacional (un 83,6 por 100) y por el menor crecimiento en el número de visitantes extranjeros (un 51,1 por 100), siendo el turismo español el que, con gran diferencia, menos ha crecido (un 9,5 por 100). Un análisis por sub-regiones permite observar variaciones positivas y bastante significativas del número de pernoctaciones en todas ellas, como se puede apreciar en el cuadro núm. 9. La variación más elevada, de un 39,6 por 100, se registró en el Alentejo Central, seguida de un aumento de un 32,1 por 100 en el Alto Alentejo y de un 20,9 por 100 en el Bajo Alentejo. Los datos del cuadro núm. 9 evidencian asimismo que, en términos de visitantes hospedados en establecimientos hoteleros (huéspedes), los destinos que registraron las mayores variaciones fueron igualmente el Alentejo Central (23,8 por 100) y el Alto Alentejo (18,9 por 100).

Un análisis de los mercados emisores de turistas constata, en todos los destinos, una gran dependencia del mercado nacional portugués. En cual-

**CUADRO NÚM. 9
TASAS DE VARIACIÓN (EN PORCENTAJE)
DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES
Y DEL NÚMERO DE HUÉSPEDES EN ALENTEJO
(PERÍODO 1993-2002)**

	<i>Pernoctaciones</i>	<i>Huéspedes</i>
Alto Alentejo	32,1	18,9
Alentejo Central	39,6	23,8
Bajo Alentejo	20,9	1,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

CUADRO NÚM. 10
EVOLUCIÓN DE LAS CUOTAS DEL MERCADO TURÍSTICO ALENTEJANO (EN PORCENTAJE)
POR SUB-REGIONES (PERÍODO 1996-2001)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variación 1996/2001
Alto Alentejo	19,2	20,6	20,5	24,4	20,8	20,7	7,8
Alentejo Central.....	29,6	29,4	29,3	35,2	26,7	33,7	13,9
Bajo Alentejo	10,7	10,8	10,8	11,9	11,3	10,6	1,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

quier caso, el mayor grado de dependencia se registra en el Bajo Alentejo, donde el número de huéspedes nacionales representa, en media, un 77 por 100 del número total de huéspedes, seguido del Alto Alentejo (75,4 por 100) y, a una distancia relativamente significativa, el Alentejo Central (57 por 100). Entre el turismo extranjero, es de destacar el peso del turismo español, puesto que éste representa el 27,5 por 100 del turismo extranjero en el Alto Alentejo, el 14,5 por 100 en el Bajo Alentejo y el 11,4 por 100 en el Alentejo Central.

El reparto de la cuota de mercado turístico alentejano entre los destinos considerados (véase el cuadro núm. 10) evidencia claramente que la sub-región del Alentejo Central es la que mayor peso tiene como destino turístico, al ser la responsable, entre los años 1996 y 2001, de casi una tercera parte de las pernoctaciones registradas. Además, es la sub-región que más ha crecido en el último lustro, con una tasa positiva de variación de su cuota de mercado de casi un 14 por 100.

Un análisis algo más detallado de la evolución de las cuotas de mercado turístico de cada sub-región de Alentejo revela un patrón de comportamiento muy similar en todas ellas. Así, hasta el año 1998 existió una gran estabilidad de las cuotas de mercado de las tres sub-regiones, a diferencia de lo ocurrido en 1999, año en el que se registra un aumento importante de las cuotas de mercado de todos los destinos, pero especialmente del Alentejo Central y del Alto Alentejo. A partir del año 1999, tuvo lugar un retroceso de las cuotas de mercado de las tres sub-regiones. Este hecho, junto con el aumento del número de pernoctaciones registrado en los últimos años en toda la región, está explicado por el progresivo aumento de la cuota de mercado de la sub-región del Alentejo Litoral, la cual no es considerada en este trabajo.

3. Otras magnitudes económicas

3.1. Extremadura

Muy escasos han sido los estudios que han abordado la participación del turismo extremeño en el PIB regional. Así, Sánchez (1997) estima la participación del sector turístico en el PIB extremeño en

un 4,15 por 100, empleando para ello las cifras de las tablas *input-output* de la economía extremeña en 1990. Por su parte, las estimaciones que baraja la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura sitúan esta participación también entre un 4 y un 5 por 100. Respecto a la participación del empleo turístico en el empleo regional, las cifras tampoco indican que estemos ante un sector protagonista en la estructura del mercado de trabajo extremeño, puesto que, y volviendo de nuevo a las estimaciones de la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura, el sector de la hostelería emplea en torno al 7 por 100 de la población ocupada extremeña.

Finalmente, los últimos trabajos de tratamiento estadístico de información turística realizados en Extremadura (y, más concretamente, el denominado Proyecto Sitex) han permitido obtener estimaciones del gasto turístico para los años 2000 a 2002 en los diferentes tipos de establecimientos turísticos de la región (cuadro núm. 11).

Como puede apreciarse, el gasto turístico total de los visitantes que se hospedaron en establecimientos hoteleros superó la cifra de los 160 millones de euros en los tres años considerados, siendo el gasto en alojamiento el principal componente de este gasto total, ya que éste representa más de un 30 por 100 del mismo. Por su parte, el considerablemente menor número de plazas ofertadas en los alojamientos rurales de la región, junto al hecho de que el turista en el medio rural suele gastar menos, por término medio, que el turista convencional, determinan un consumo turístico considerablemente menor, que, en cualquier caso, ha crecido de forma considerable en el trienio estudiado, pasando de 4,4 a 7,4 millones de euros entre los años 2000 y 2002. Por último, los turistas hospedados en los *campings* extremeños han generado un consumo turístico que, en el año 2002, se ha situado en torno a los 12,5 millones de euros.

3.2. Alentejo

La actividad turística empleaba en el año 2002 a 11.900 personas en la región de Alentejo (véase el cuadro núm. 12), lo que representa cerca del 5,2 por 100 del empleo total. Por su parte, el peso del

CUADRO NÚM. 11
GASTO TURÍSTICO GLOBAL (MEDIO) DE TURISTAS
ALOJADOS EN DIFERENTES TIPOS
DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
DE EXTREMADURA (PERÍODO 2000-2002)

	Gasto (en miles de euros)		
	2000	2001	2002
<i>Hoteles:</i>			
Alojamiento	49.533	57.029	50.654
Manutención	44.559	50.508	44.450
Compras/regalos	33.062	30.068	38.018
Otros gastos	36.521	41.869	35.690
Total	163.676	187.474	168.812
<i>Alojamientos rurales:</i>			
Alojamiento	1.469	1.613	2.351
Manutención	1.342	1.452	1.975
Compras/regalos	766	1.043	1.500
Otros gastos	860	1.092	1.586
Total	4.437	5.200	7.412
<i>Campings:</i>			
Alojamiento	3.911	1.413	3.212
Manutención	3.857	1.430	3.375
Compras/regalos	2.939	1.025	2.564
Otros gastos	3.549	1.172	3.347
Total	14.255	5.040	12.498

Fuente: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura, Proyecto Sitex.

sector turístico en el valor añadido bruto (VAB) regional es tan sólo de un 2,1 por 100 entre los años 1998 y 2001. Sin embargo, la evolución del peso del empleo y del VAB del sector turístico en el total regional registró variaciones importantes entre los años 1995 y 2002, variaciones que se cifran en un incremento del 24 por 100 en el número de personas empleadas en el sector y de un 73,2 por 100 en el valor añadido bruto.

4. Grado de preferencia de los destinos turísticos

En este apartado pretendemos analizar en qué medida un determinado destino turístico es preferido en relación con los restantes destinos, y hasta qué punto éstos se comportan según la evolución de la demanda turística. Para ello, se utilizará el llamado *índice de preferencia* (3), calculado a partir del número de pernотaciones y de visitantes según el tipo de nacionalidad. Se pretende, asimismo, determinar la tendencia o preferencia de la demanda turística para ciertos destinos de cada región.

Una medida del optimismo/pesimismo del turista hacia un determinado destino (esto es, el índice de preferencia) puede ser inducida a partir de la relación entre la estancia media de ese destino y la de otros destinos. Esta estancia media indica cuántos días permanece, en promedio, cada turista (nacional o extranjero) en un destino dado. Siguiendo a Cunha (2001), esta medida representa «la evolución del número de días que los turistas permanecen, en media, en un país o en una región y es un importante elemento de análisis del comportamiento de la demanda, en la medida en que aporta indicaciones no sólo sobre la capacidad de retención de esa región o país, sino también sobre las preferencias de los turistas».

En este sentido, el índice de preferencia viene dado por la siguiente expresión:

$$S = \frac{PM_i}{PM_j}$$

donde i, j representan los destinos turísticos y $PM_{i(j)}$ es la estancia media en el destino i (j) calculada de la siguiente forma (Cunha, 2001):

CUADRO NÚM. 12
EMPLEO Y VAB DEL SECTOR TURÍSTICO EN ALENTEJO
(PERÍODO 1995-2002)

	Empleo total (miles de personas)			VAB (millones de euros)		
	Turismo	Región	Peso del sector turístico (porcentaje)	Turismo	Región	Peso del sector turístico (porcentaje)
1995.....	9,6	188,0	5,1	56	3.136	1,8
1996.....	9,5	205,6	4,6	60	3.331	1,8
1997.....	10,2	207,3	4,9	69	3.560	1,9
1998.....	10,8	216,2	5,0	77	3.681	2,1
1999.....	11,1	220,1	5,0	82	3.822	2,1
2000.....	11,5	222,2	5,2	84	4.090	2,1
2001.....	12,1	225,0	5,4	97	4.369	2,1
2002.....	11,9	227,1	5,2	—	—	—

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE de Portugal.

$$PM_{i(j)} = \frac{\text{Número de pernoctaciones totales}_{i(j)}}{\text{Número de visitantes}_{i(j)}}$$

De esta forma, si $S = 1$, no existe preferencia relativa por ninguno de los dos destinos; si $S > 1$ el destino i será preferido al destino j , sucediendo lo contrario (esto es, los turistas valoran más el destino j) si $S < 1$.

4.1. Extremadura

El índice de preferencia para Extremadura se puede utilizar para comparar los destinos turísticos representados por las provincias de Badajoz y de Cáceres. Si se observa el gráfico 2, se puede apreciar que el comportamiento de los turistas portugueses difiere del resto de turistas extranjeros. Al comparar las estancias medias en las provincias de Badajoz y de Cáceres, y aunque la preferencia por la primera es mayor que por la segunda en prácticamente todos los años analizados, la preferencia por Badajoz es mucho más acusada para los turistas portugueses que para el resto de turistas extranjeros. En cualquier caso, y con carácter general, se puede afirmar que la preferencia por la provincia de Cáceres va aumentando año a año, en detrimento, obviamente, de la provincia de Badajoz.

4.2. Alentejo

Un análisis de los datos de estancia media a partir de los que se han obtenido los índices de preferencia evidencia que ésta se ha mantenido relativa-

mente estable en toda la región de Alentejo, y que los turistas nacionales registran valores inferiores a los de los turistas extranjeros. Un análisis de estas cifras por sub-regiones muestra que el turismo nacional tiende a aumentar su estancia media en el Alentejo Central y en el Bajo Alentejo, a diferencia del Alto Alentejo, en el que la estancia del turismo nacional se ha mantenido, en media, constante. Por su parte, la estancia del turismo extranjero ha aumentado en el Alto Alentejo y en el Alentejo Central, y ha disminuido en el Bajo Alentejo. Finalmente, la estancia media del turismo español ha aumentado en todos los destinos, pero en particular en el Alto Alentejo y, en menor medida, en el Alentejo Central.

Por último, y en lo que al índice de preferencia se refiere (véase el gráfico 3), se constata, para prácticamente todos los años, una preferencia por el Alto Alentejo en relación con el Alentejo Central, así como una preferencia por el Bajo Alentejo en relación con el Alentejo Central y con el Alto Alentejo. Se aprecia también que el turismo español manifiesta una mayor preferencia por el Alto Alentejo en relación con el Alentejo Central y el Bajo Alentejo.

III. POLÍTICA TURÍSTICA

1. Extremadura

A pesar de que el turismo no es todavía un sector con un peso importante en la economía extremeña, el auge que, principalmente en el ámbito social, ha alcanzado lo ha convertido en un elemento básico de la política autonómica. De ahí que el diseño de una buena política turística sea un factor esencial en el desarrollo económico de Extremadura. En este sentido, es posible considerar tres eta-

GRÁFICO 2
ÍNDICE DE PREFERENCIA BADAJOZ *versus* CÁCERES

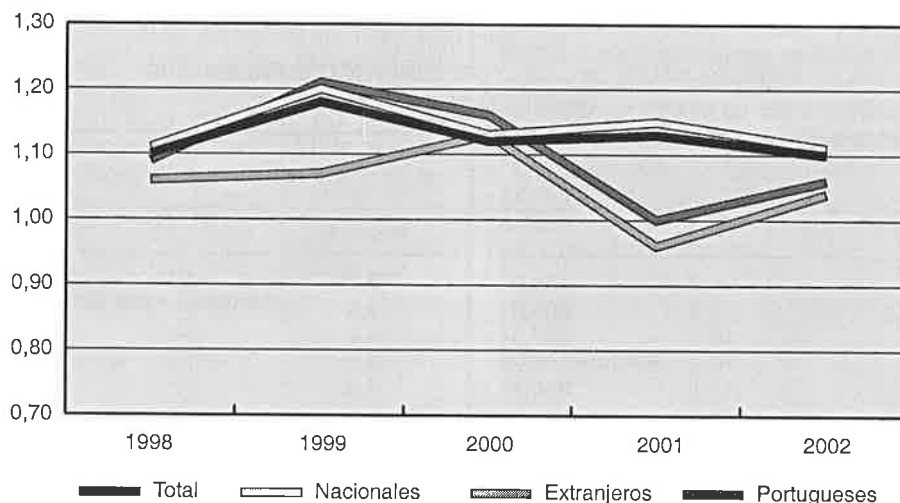
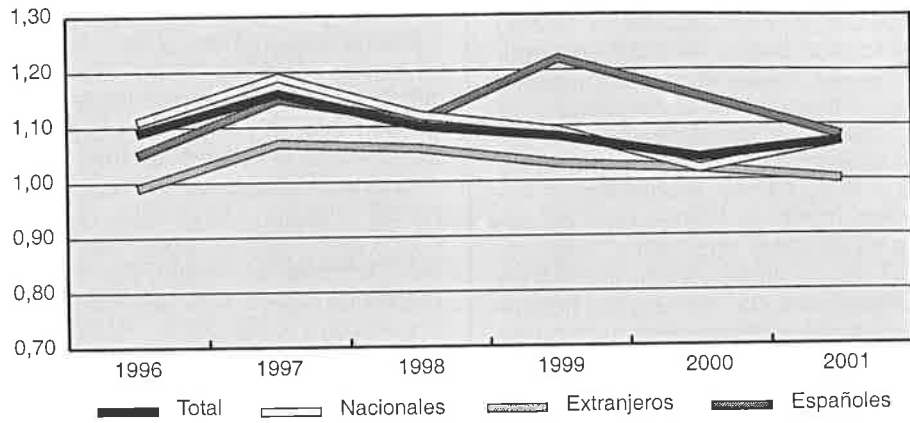
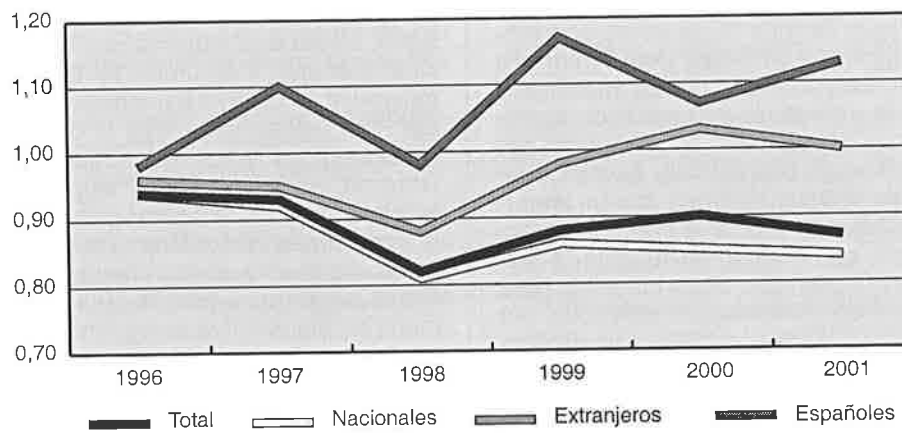


GRÁFICO 3
 ÍNDICES DE PREFERENCIA PARA LAS TRES SUB-REGIONES DE ALENTEJO

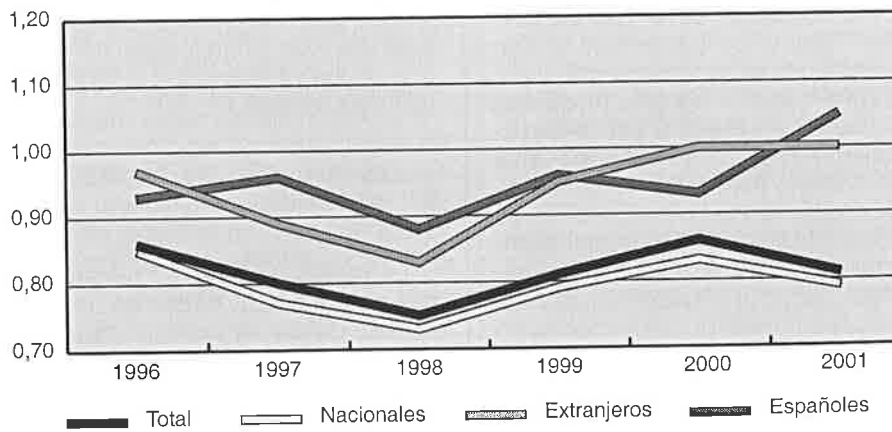
a) Alto Alentejo versus Alentejo Central



b) Alto Alentejo versus Bajo Alentejo



c) Alentejo Central versus Bajo Alentejo



pas, claramente diferenciadas en el tiempo y en su contenido, en la política turística extremeña:

En una primera fase, que abarca básicamente la primera parte de la década de los noventa, la política turística extremeña se articuló en torno a tres pilares básicos: la creación y mejora de infraestructuras hoteleras, la formación y cualificación de los profesionales del sector y, sobre todo, la promoción del turismo regional. Con estas medidas se persiguió una ordenación del sector y una reactivación de la construcción, remodelación y ampliación de establecimientos hoteleros y de balnearios, así como una incipiente regulación del alojamiento en el medio rural, aunque la verdadera revolución de esta modalidad turística (tanto en oferta como en demanda) no tendría lugar hasta unos años después. Posiblemente, unos de los hitos más importantes en este proceso de creación de infraestructuras hoteleras en particular, y turísticas en general, fue la Ley 4/1990, de 25 de octubre, sobre Oferta Turística Complementaria, con la que se pretendía, entre otras cosas, estimular la creación de campos de golf acompañados de complejos hoteleros, y cuyos resultados se plasmaron, años más tarde, en la puesta en funcionamiento de tres campos de golf en la región. En materia de subvenciones, las ayudas de la Administración turística regional se orientaron a financiar parcialmente la mejora de establecimientos turísticos y estaciones termales, pero también a impulsar acciones concertadas con los municipios de la región para la mejora de sus recursos turísticos. Tan importantes fueron estas ayudas, al menos desde un punto de vista cuantitativo, que se subvencionaron más de 800 actuaciones, por un importe superior a los 12,5 millones de euros. Finalmente, en esta primera etapa también jugó un papel importante el Plan Futures, que entre los años 1992 y 1994 subvencionó en Extremadura proyectos por un importe cercano a 1,4 millones de euros, proyectos destinados, fundamentalmente, a la formación, a la mejora de la calidad, a la aparición de nuevos productos turísticos y a la promoción.

La segunda etapa, que se extiende durante el segundo lustro de la década de los noventa, tuvo un protagonista indiscutible, el nacimiento y desarrollo del turismo rural en la región, y un hecho legislativo importantísimo, la promulgación de la Ley 2/1997, de 20 de marzo, de Turismo de Extremadura. Tan importante fue la aparición del fenómeno del alojamiento en el medio rural que el Programa Plurianual de Turismo Rural, puesto en marcha por la Dirección General de Turismo, representó entre los años 1997 y 2000 un elevadísimo porcentaje (superior algunos años al 50 por 100) de las inversiones reales llevadas a efecto por esta Dirección General. Las inversiones en el medio rural extremeño se destinaron, en un primer momento, a la creación de una red de hospederías, para centrarse posteriormente en la creación y consolidación de una oferta de alojamientos en el medio rural (casas rurales, principalmente). Esta política de desarrollo del turismo rural se vio complementada por el Decreto 120/1998, de 6 de octubre, de ordenación del alojamiento turístico

co en el medio rural, que es la norma que regula, hasta la actualidad, el funcionamiento de este tipo de alojamientos turísticos. Por su parte, la Ley de Turismo de Extremadura representó el primer intento serio de regular el sector, mediante el diseño de un Plan Turístico Regional que vería la luz a principios del año 2000. Reflejó también esta ley, por primera vez, la sensibilidad de la Administración turística regional hacia la interacción entre medio ambiente y turismo, al considerar en su articulado el concepto de «desarrollo sostenible». A pesar del preponderante peso del turismo rural en el diseño de políticas turísticas durante esta segunda etapa, se llevaron a cabo también otras acciones encaminadas al desarrollo turístico de los municipios de la región, como los planes de dinamización turística de Trujillo, Zafra y Las Hurdes, y los planes de excelencia turística de Mérida, Cáceres y Plasencia.

Finalmente, la tercera etapa, que se extiende temporalmente desde el año 2000 hasta la actualidad, está marcada por el Plan Turístico Regional de Extremadura, que, según se recoge en la Ley de Turismo de Extremadura, define «el modelo y estrategia de desarrollo turístico, así como la ordenación y fomento de los recursos turísticos de Extremadura». Este Plan, con vigencia entre los años 2000 y 2006, pivota alrededor de dos conceptos claves para el presente y el futuro del turismo extremeño: la calidad y la competitividad. Así, la primera acción del Plan («cualificación de la oferta») incluye, entre otras medidas, la reestructuración y mejora de la calidad de las instalaciones alojativas y de los establecimientos de restauración. Pero, posiblemente, la acción más decidida en pro de la calidad turística ha sido la puesta en marcha del Plan de Calidad Turística para casas rurales 2000-2004, que tiene como principal objetivo la implantación de la Q de Calidad en el mayor número posible de alojamientos rurales extremeños. Por su parte, la política de competitividad turística que se propone impulsar la Administración turística extremeña tiene su concreción en la tercera acción del Plan («estructuración de los productos turísticos y de los sistemas de comercialización») mediante el fomento de productos competitivos por su diferenciación cualitativa, entre los que se prima el desarrollo de nuevos planes de excelencia y de dinamización comarcal y local, al margen de los ya citados, y la modernización de las estaciones termales.

2. Alentejo

La región de Alentejo presenta buenas condiciones para las actividades de turismo y ocio, concentrando, en un territorio limitado con una excelente diversidad geográfica y paisajística, un importante conjunto de recursos turísticos susceptibles de permitir la estructuración de una oferta diversificada y de calidad, que responda a los intereses y a las tendencias actuales de la demanda.

Los principios de la política de turismo han sido objeto de una amplia discusión (véase Ministerio de Economía, 2002). Estos principios deben atender simultáneamente las diferentes ópticas de intereses de los actores implicados, y en particular de la población y del territorio, de las empresas turísticas, del sector público y de los turistas. El turismo debe generar bienestar y riqueza, garantizando la sostenibilidad ambiental, cultural, social y económica, y las empresas del sector deben asegurar, con dinamismo, calidad, modernidad e innovación, la producción y la distribución de los servicios turísticos. Al sector público le corresponden las funciones de coordinación estratégica, de organización y de gestión de las medidas de política turística. Finalmente, desde la óptica de los turistas, se debe apostar por la segmentación y la personalización de los productos y servicios, con base en la preocupación permanente por la elevación de los niveles de calidad.

Debido a la vulnerabilidad del sector, fuertemente dependiente de fenómenos cíclicos, el turismo exige actuaciones a medio y largo plazo y prácticas de planificación consistentes, debidamente articuladas con las políticas de otros sectores socioeconómicos. Más concretamente, el desarrollo de actividades turísticas y de ocio no debe cambiar las bases de la vitalidad económica de las sub-regiones interiores de Alentejo. El papel dinamizador de estas actividades se debe coordinar desde una óptica de complementariedad con otros sectores y productos, con el objeto de conseguir estructuras productivas, diversificadas, dotadas de capacidad de innovación y sostenibles a medio y largo plazo.

Uno de los grandes desafíos a los que se enfrentará la región alentejana en un futuro inmediato es el mayor aprovechamiento de sus especificidades en los ámbitos de calidad ambiental, de protección de la naturaleza, de originalidad paisajística, de riqueza del patrimonio histórico-artístico, de la excepcionalidad de sus artes y oficios tradicionales, de la peculiaridad de su gastronomía, de las tradiciones populares, del desenvolvimiento del turismo rural, del turismo activo/deportivo, del turismo de descanso y de circuitos turísticos.

La calidad y la sostenibilidad de la región como destino turístico sólo se asegurará con una organización correcta de la oferta turística dentro de un proceso de planificación integrado desde el nivel regional hasta el nivel local, que garantice la compatibilización de los equipamientos turísticos con su entorno (ambiente, ordenación del territorio, redes de comunicación, accesibilidad, etc.). Por otro lado, sólo de esta forma será posible compatibilizar los diferentes intereses de los agentes que intervienen en el sistema turístico (población residente, empresas turísticas, sector público y turistas).

En un modelo de desarrollo turístico en el que se prima la calidad, ésta debe ser entendida como calidad global, incluyendo calidad ambiental, calidad de los establecimientos y servicios y calidad de los propios destinos. Debe ser entendida, además, en un sentido dinámico, para adaptarse a las exigen-

cias de los turistas y garantizar así el cumplimiento de sus necesidades e intereses.

En definitiva, los grandes objetivos estratégicos deberán pasar por la afirmación de la identidad de Alentejo como destino turístico, por la plena asunción del patrimonio y de la cultura regionales como recursos turísticos articulados en torno a una oferta global cualificada, por la mejora de la capacidad empresarial y por la promoción internacional del sector. A estos objetivos se les deben añadir también los de expansión, cualificación y diversificación de los equipamientos y servicios turísticos, y los de preparación y adecuación de los recursos humanos.

Sobre estas bases, algunas de las líneas futuras sobre las que debería descansar la estrategia turística en Alentejo son las siguientes:

1.º) En cuanto a alojamientos, es necesario reforzar la oferta de establecimientos hoteleros altamente cualificados, sobre todo en las ciudades capitales de distrito y en los demás polos turísticos internacionalizables, incentivar las inversiones relacionadas con *resorts* turísticos y desarrollar, diversificar, cualificar y personalizar la oferta de turismo en el espacio rural.

2.º) Por lo que respecta a la restauración, la apuesta estratégica debería centrarse en elevar el grado de la cualificación y en reforzar la oferta de equipamientos y servicios de restauración.

3.º) En lo referente a los servicios de transporte de pasajeros, está en perspectiva la apertura de la base aérea de Beja al tráfico civil y turístico, con la consiguiente necesidad de promocionar Alentejo a nivel internacional para conseguir aumentar los flujos turísticos internacionales.

4.º) Respecto a las agencias de viajes y guías especializados, es necesario fomentar la concertación entre los agentes que prestan estos servicios y los demás elementos del sistema de turismo regional, nacional e internacional (asociaciones, regiones de turismo, autarquías locales, Administración central, otros operadores y empresarios relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, etcétera).

Finalmente, no debe obviarse la importancia de la presa de Alqueva como potenciador de un desarrollo turístico sostenible en las regiones interiores de Alentejo. Una estrategia de desarrollo turístico para el área de influencia de la albufera de Alqueva debe generar impactos positivos en el dinamismo local y regional, y efectos catalizadores de iniciativas y de inversiones en el sector. De este modo, se pretende aprovechar el potencial que estas áreas poseen actualmente para el desarrollo del denominado turismo *alternativo*, que demanda productos, espacios, equipamientos, mecanismos de comercialización y modelos de promoción turística que se diferencian claramente de los del turismo de masas. En particular, estas áreas poseen un elevado potencial para la construcción de segundas residencias y para la implantación de diferentes formas de turismo rural y

medioambiental, que pueden generar nuevas condiciones de estructuración y de dinamismo de la economía alentejana.

IV. COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA EN MATERIA TURÍSTICA

La cooperación transfronteriza entre Extremadura y Alentejo no surge, ni mucho menos, de forma espontánea, sino que, más bien al contrario, responde al mandato del Estatuto de Autonomía de Extremadura, que fija como objetivo de las instituciones extremeñas, entre otros muchos, «impulsar el estrechamiento de los vínculos humanos, culturales y económicos con la nación vecina de Portugal». Esta cooperación transfronteriza (que tiene como principal objetivo la puesta a disposición de los medios, servicios y recursos de cada parte en beneficio de la otra, así como la programación de actividades conjuntas realizadas con financiación propia, nacional o europea) se oficializó mediante la firma del Protocolo de Cooperación entre Extremadura y Alentejo el 17 de enero de 1992 en Puente Ajuda (área fronteriza entre Olivenza y Elvas).

En lo que al sector turístico hace referencia, al amparo del citado Protocolo de Cooperación se creó una Comisión Específica de Turismo, integrada por las respectivas autoridades turísticas regionales, por técnicos en la materia y por diversos organismos, entidades y colectivos sociales de ambos lados de la frontera. Esta Comisión ha puesto en funcionamiento en los últimos años, pero especialmente entre los años 1993 y 1997, una serie de proyectos que han sido financiados, en parte, por los programas comunitarios INTERREG e INTERREG II.

De todos estos proyectos, posiblemente los más interesantes, por ser los que mejor definen una política de cooperación turística a medio y largo plazo entre ambas regiones, son los proyectos plurianuales. Estos proyectos han sido, principalmente, los siguientes:

a) Creación de áreas de descanso transfronterizas: con este proyecto se pretendió la creación de una serie de infraestructuras y de servicios que hagan más cómoda y segura la estancia de los visitantes portugueses en Extremadura. Estas áreas de descanso fronterizas se localizaron en Badajoz y en Valencia de Alcántara (Cáceres), por ser estos dos municipios los principales puntos de entrada de los turistas portugueses a la región extremeña.

b) Diseño de un plan de señalización turística Extremadura-Alentejo: su intención, además de facilitar el acceso a oficinas de turismo y a los principales atractivos turísticos, fue la homogeneización y la uniformidad de la señalización turística, especialmente en lo referente a la información sobre rutas conjuntas, en toda el área fronteriza.

c) Traducción de material de promoción turística: el objetivo de este proyecto fue la traducción a

otros idiomas europeos (como el inglés o el alemán) del principal instrumento de promoción turística conjunta que se llevó a cabo en este período de cooperación transfronteriza, que fue la *Guía Turística Extremadura-Alentejo*.

Sin duda alguna, la promoción turística conjunta de Extremadura y Alentejo ha sido uno de los hitos más importantes en materia de cooperación turística entre estas dos regiones, hasta el punto de crearse un Programa específico para tal fin, cuyas principales concreciones tuvieron lugar durante el año 1993. Así, se celebraron varios *workshops* de promoción turística conjunta en las ciudades de Madrid, Barcelona y Bilbao; se realizaron varias jornadas de trabajo sobre el sector turístico entre empresarios de los sectores de hostelería y restauración de Extremadura y Alentejo; se organizaron intercambios populares histórico-culturales en los municipios de Jerez de los Caballeros, Alburquerque, Ceclavín y Fregenal de la Sierra (en Extremadura), y Monsaraz, Elvas y Beja (en Alentejo); se celebraron eventos de diversa naturaleza (como el certamen «Monsaraz museo abierto», el Festival Medieval de Alburquerque y la Feria Artesana y de Gastronomía de Castelo de Vide); pero, sobre todo, se elaboró una guía turística conjunta Extremadura-Alentejo en la que se describían, en castellano y portugués, circuitos y rutas turísticas basados en la riqueza histórica, cultural y natural de ambas regiones. En total se definieron seis rutas turísticas transfronterizas a partir del «Inventario y catalogación de recursos de turismo histórico y cultural en Extremadura y Alentejo».

Finalmente, entre los años 1994 y 1997, las acciones de cooperación transfronteriza en materia turística entre Extremadura y Alentejo se orientaron, principalmente, a la celebración de jornadas y seminarios que facilitaron el intercambio de experiencias turísticas a ambos lados de la Raya y a la organización de *workshops*. Entre las jornadas y seminarios cabe citar las I, II y III *Jornadas hispano-lusas de turismo rural y agroturismo* celebradas en Azuaga, las *Jornadas para la difusión del turismo* de Zafra, el *I Seminario transfronterizo de turismo rural Andalucía-Algarve-Alentejo-Extremadura* y las *I Jornadas hispano-lusas sobre gestión y comercialización de casas rurales*. Por su parte, entre los *workshops* cabe mencionar los celebrados en 1995 en las ciudades portuguesas de Lisboa y Oporto, y los celebrados en 1997 en Madrid y Sevilla.

V. CONCLUSIONES: EL FUTURO DEL TURISMO EN EL AREA FRONTERIZA EXTREMEÑO-ALENTEJANA

A la luz de todo lo expuesto, y teniendo también presente el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del sector turístico extremeño (4) y las características estructurales del turismo alentejano, se puede apuntar el siguiente decálogo de actuaciones a medio y largo plazo que

debería definir el futuro modelo turístico del área fronteriza extremeño-alentejana.

1.º Mayor promoción del turismo extremeño en Lisboa (y su área metropolitana) y del turismo alentejano en Extremadura, aprovechando el indudable incremento en los movimientos de viajeros que el futuro trazado de la red ferroviaria de alta velocidad Madrid-Lisboa generará (no debe olvidarse que atravesará toda Extremadura y buena parte de Alentejo).

2.º Mejora de las infraestructuras viarias, sobre todo de algunas carreteras secundarias, y estructuración de enlaces entre municipios (especialmente entre los fronterizos) a través de transporte público.

3.º Aprovechamiento estratégico de la ubicación geográfica del área extremeño-alentejana, al encontrarse en el interior del triángulo Madrid-Lisboa-Sevilla (con un mercado turístico potencial de más de seis millones de personas) y en la confluencia de los ejes Este-Oeste y Noroeste-Suroeste de la Península Ibérica.

4.º Mayor aprovechamiento turístico de las bases aéreas de Talavera la Real, en Extremadura, y de Beja, en Alentejo. Estos aeródromos, con un uso actual mucho más militar que puramente turístico, deben erigirse a medio y largo plazo en los canalizadores de los flujos turísticos internacionales que, por el momento, son poco representativos en el conjunto de la demanda turística de ambas regiones, pero que, con una adecuada política de promoción, pueden contribuir de forma definitiva a elevar la estancia media de los turistas en el área fronteriza extremeño-alentejana.

5.º Definición de una clara política de protección medioambiental, e incluso de una imagen de marca diferenciada basada en las especificidades naturales, al ser el patrimonio natural de toda la zona uno de los pilares fundamentales de su desarrollo turístico. Esta política debe incluir actuaciones como estudios de capacidad de carga de los espacios naturales, creación de infraestructuras (centros de interpretación y educación medioambiental, señalización de rutas de senderismo, visitas guiadas,...), etcétera.

6.º Búsqueda de una mayor especialización turística, con especial énfasis en un incremento de la oferta de actividades complementarias en el medio rural.

7.º Diseño de una política de aprovechamiento turístico de los recursos hídricos de la zona y potenciación de las actividades acuáticas en los más de 2.000 kilómetros de costas interiores con que cuenta Extremadura y en la presa portuguesa de Alqueva.

8.º Puesta en valor del rico patrimonio arquitectónico existente en la zona, puesto que una elevadísima proporción de este patrimonio tan sólo ha sido catalogado como recurso turístico, pero no ha sido convertido aún en producto turístico, ni ha sido tampoco comercializado ni promocionado de forma adecuada.

9.º Definición de políticas tendentes a la ruptura de la estacionalidad y a la prolongación de la estancia media, mediante el fomento de actividades complementarias no estacionales y mediante la promoción de productos turísticos de temporada baja (como fiestas de interés turístico, actividades agrarias o ganaderas, caza, etcétera).

10.º Terciarización de las actividades agro-ganaderas tradicionales, aprovechando las potencialidades del sector primario en toda el área fronteriza extremeño-alentejana para definir productos agroturísticos atractivos a las nuevas modalidades de turistas.

NOTAS

(1) Los autores de este trabajo están muy lejos de compartir esta opinión. En una economía como la extremeña, en la que el PIB turístico representa en torno a un 5 por 100 del PIB regional, es difícil sostener esta afirmación. Si bien es cierto que las nuevas modalidades turísticas, relacionadas con la naturaleza y el medio rural, están generando nuevas oportunidades de empleo, la economía extremeña está muy lejos todavía de hacer orbitar su desarrollo económico en torno al turismo.

(2) Los datos estadísticos que se analizan en este y otros apartados se refieren a las sub-regiones de Alentejo fronterizas con España, es decir, Alto Alentejo, Alentejo Central y Bajo Alentejo, que, en conjunto, abarcan un total de 42 municipios y 22.020 km², y representan cerca del 81 por 100 del área total de la región de Alentejo. En este sentido, es preciso aclarar que la región de Alentejo (que incluye los distritos de Beja, Évora, Portalegre y Setúbal, con una extensión total de 27.323,8 km²) es una de las cinco regiones administrativas (NUTS II) en que se divide el territorio continental de Portugal, y está constituida por cuatro sub-regiones (las tres anteriormente citadas y Alentejo Litoral).

(3) Este índice está convenientemente desarrollado en CEPEDA, FERNANDES y MONTE (2001).

(4) Este análisis DAFO está recogido en el Documento de Síntesis del *Plan Turístico Regional de Extremadura* (páginas 11 y 12), y puede ser consultado también en la dirección web siguiente: <http://www.bme.es/juntaex/consejerias/opt/dgt/planturistico/debilidades.htm>

BIBLIOGRAFÍA

- ARTA (2001), *Plano de desenvolvimento turístico do Alentejo*, Portugal.
- CEPEDA, F. J. T.; FERNANDES, P. O., y MONTE, A. P. (2001), «Índice de Preferência pelos destinos turísticos-Região Norte de Portugal», *Conferência Internacional CIMA 2001 - XI Encontro Cuba-México de Estadística*, Cuba, La Habana.
- CUNHA, L. (2001), *Introdução ao turismo*, Editorial Verbo, Portugal.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (2001,2002,2003), *Anuario estadístico del turismo en Extremadura*, Proyecto Sitex (Sistema de Información Turística de Extremadura), Mérida.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - ESPAÑA (1993-1998), *Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros*, Madrid.
- (1999-2002), *Encuesta de ocupación hotelera*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - PORTUGAL (varios años), *Anuário estatístico da Região do Alentejo*, Lisboa.
- (varios años), *Estadísticas do turismo*, Lisboa.

MINISTERIO DA ECONOMIA, DIRECÇÃO-GERAL DE TURISMO (2002), *Turismo em Portugal: Política, estratégia e instrumentos de intervenção*. Lisboa, Portugal.

RENGIFO, J. I. (1994), *El turismo en Extremadura*, Junta de Extremadura, Cáceres.

SÁNCHEZ, M. (1997), «Extremadura: de la gran desconocida al gran descubrimiento. Análisis del turismo extremeño», *Revista*

Situación, Serie Estudios Regionales: 241-255, Banco Bilbao-Vizcaya.

SÁNCHEZ, M., y RENGIFO, J. I. (1995), «El potencial turístico de Extremadura y su función como factor de desarrollo de la economía regional», *Actas de la XXI Reunión de Estudios Regionales*: 667-681, Asociación Galega de Ciencia Regional, Vigo.