

Características y evolución de la oferta de turismo rural de las Islas Baleares

Characteristics and development of supply of rural tourism in the Balearic Islands

José Ramón Cardona¹ & Antoni Serra Cantallops²

RESUMEN: El turismo rural en España ha dado lugar a una oferta con tipologías, grados de confort y precios muy variables. Las islas Baleares no han quedado fuera de este nuevo sector y han desarrollado un turismo rural con características diferentes a otras regiones. En Baleares es un sector que complementa al turismo tradicional con una oferta de pequeños establecimientos situados en zonas rurales. En muchos casos se trata de una oferta de alta gama, equivalente a establecimientos de cuatro o cinco estrellas, elevados precios y dirigida o gestionada por personas con experiencia turística previa. El objetivo de este trabajo es describir las características y la evolución cuantitativa de la oferta del turismo rural de Baleares.

Palabras Clave: Turismo rural, Baleares, oferta

ABSTRACT: Rural tourism in Spain has led to a supply with types, degrees of comfort and prices vary widely. The Balearic Islands have not been left out of this new sector and rural tourism have developed with characteristics different from other regions. In the Balearic Islands is a sector that complements the traditional tourism with a small supply of establishments situated in rural areas. In many cases it is a high-end offering, facilities equivalent to four or five stars, high prices and directed or managed by people with previous travel experience. The aim of this paper is to describe the characteristics and the quantitative supply of rural tourism in the Balearic Islands.

Keywords: rural tourism, Baleares, supply.

(Presentado: Mayo 11, 2013. Aceptado: Junio 22, 2013)

¹Profesor Asociado. Departamento de Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears, España. Email: jramon.cardona@terra.com

²Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Departamento de Economía de la Empresa, España, antoni.serra@uib.es

INTRODUCTION

El turismo rural es una forma de turismo que ha aparecido en las últimas décadas debido al surgimiento de un nuevo tipo de turista que busca el contacto con la naturaleza y la tranquilidad en vez de las grandes aglomeraciones del turismo de masas (Bote, 1988; Colombram, 2009; Yagüe, 2002). Esta nueva fórmula de turismo tiene la característica de situarse en el espacio rural, con establecimientos más dispersos y pequeños que las fórmulas turísticas vigentes. El turismo rural tiene como uno de sus fines básicos ayudar al desarrollo de las zonas rurales (Saxena & Ilbery, 2008). Desde las Administraciones se pretende que la agricultura ecológica y la producción con denominación de calidad sustituyan la agricultura tradicional. Esta nueva agricultura tiene producciones muy inferiores y se pretende que el turismo rural sea un complemento que complete las rentas agrícolas (Ribas, 1993). Es difícil definir el turismo rural, aunque una buena aproximación sería definirlo como actividad turística en el espacio rural destinada a un turismo interesado en el conocimiento y disfrute de entornos rurales y naturales (Bardón, 1987; Bote, 1992; Crosby, 1993; Fuentes, 1995; Valdés, 1996).

En España, la variada legislación autonómica ha dado lugar a un heterogéneo subsector turístico que representa un pequeño porcentaje del global nacional, pero es de gran importancia para la dinamización económica de las regiones

rurales donde prospera. La oferta existente y reconocida como turismo rural por las diversas legislaciones totalizaba en 2011 más de 137.000 plazas repartidas en 15.035 establecimientos de todo el país que daban trabajo a casi 22.000 personas de forma directa (Tabla 1). Dentro de las diversas comunidades autónomas, destaca Castilla y León con más de 28.000 plazas y 3.000 establecimientos que dan trabajo a casi 5.000 personas. Otras regiones importantes son Cataluña, Andalucía y Asturias. Esta última posee un importante desarrollo del turismo rural, dada su extensión, con un gran volumen de oferta y una buena organización de la misma.

En resumen, a la oferta turística se llega teniendo en cuenta distintas variables. Son necesarios unos recursos, relacionados con la naturaleza, la historia, la cultura, etc.; a esos recursos hay que añadirles una serie de servicios y equipamientos, que permitirán al visitante cubrir sus necesidades básicas y disfrutar de los atractivos del destino. La suma de recursos y servicios dará como resultado el producto turístico, capaz de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento de mercado determinado. La unión de ese producto con un precio, unos canales de distribución y una promoción (comunicación), dará como resultado la oferta turística. Las condiciones que debe reunir cualquier producto de turismo rural para su éxito son:

- El paisaje, el entorno y la calidad de vida del medio rural deben ser conservados y mantenidos, y a ello contribuye en gran

Tabla 1: Alojamientos de turismo rural en España (año 2011).

Comunidad Autónoma	Alojamientos estimados	Plazas estimadas	Personal empleado
Andalucía	1.342	10.920	2.108
Aragón	1.111	8.552	1.242
Principado de Asturias	1.345	11.882	1.625
Illes Balears	203	3.554	823
Canarias	681	4.033	983
Cantabria	395	6.836	615
Castilla y León	3.188	28.807	4.746
Castilla-La Mancha	1.381	11.225	2.175
Cataluña	1.732	13.848	2.239
Comunitat Valenciana	991	9.250	1.462
Extremadura	473	5.561	718
Galicia	535	6.591	894
Comunidad de Madrid	223	3.880	508
Región de Murcia	272	2.984	360
C. Foral de Navarra	677	4.869	876
País Vasco	382	3.983	493
La Rioja	106	987	123
TOTAL	15.035	137.761	21.989

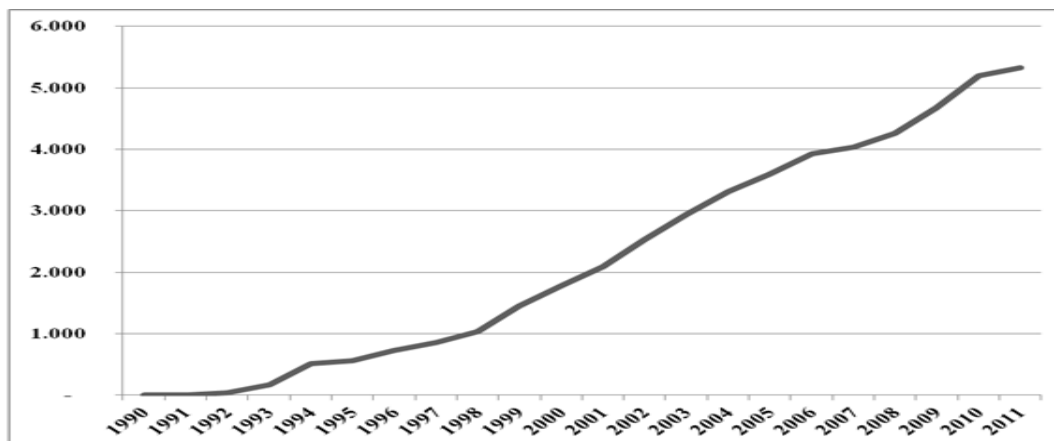


Figura 1. Evolución de la oferta de Turismo Rural en Baleares (nº de plazas). Fuente: Ibestat.

medida la agricultura familiar.

- La capacidad de acogida de la población rural para abordar el problema del turismo de manera positiva.
- Una oferta suficiente de servicios en el lugar, adaptados a las normativas actuales, a fin de hacer frente a las necesidades inmediatas de los turistas.
- Una organización del transporte e infraestructura suficiente para permitir un desarrollo moderado de los servicios que se presten.
- Una estructura de sostenimiento con vistas a estimular las iniciativas y las instalaciones a escala local.

El objetivo pretendido es describir las características de la oferta de turismo rural de las Islas Baleares, peculiar dentro de la oferta nacional por su elevado confort y precios.

LA OFERTA DE TURISMO RURAL EN BALEARES

Baleares es una de las comunidades autónomas con mayor volumen de turistas, lo que combinado con su pequeña extensión, la convierte en una región fuertemente dependiente del turismo. La oferta tradicional de Baleares la constituye el turismo de sol y playa, en sus diversas variantes, pero en las últimas décadas se ha intentado complementar, más que diversificar, la oferta tradicional con turismo alternativo (deportivo, naturaleza, náutico, rural, etc.).

El turismo rural no tuvo un impulso definitivo hasta la crisis del periodo 89-93. Esta crisis hizo replantear a los distintos actores turísticos su actitud hacia este tipo de turismo y se empezó a ver como una solución a diversos problemas. La

Administración vio al turismo rural como una forma de evitar el abandono de las explotaciones agrarias del centro de las islas, que no resultaban rentables, y permitía conservar el patrimonio arquitectónico. Para los empresarios era una vía de escape de las limitaciones que se estaban imponiendo al aumento de la oferta en el litoral y permitía abrir establecimientos turísticos en zonas que por su protección urbanística sería imposible por otros medios, además permitía acceder a un segmento de mercado aún no explotado y diversificar la oferta turística y, por tanto, las fuentes de ingresos (Seguí, 2000).

En los últimos 20 años la oferta turística de Baleares se ha mantenido cuantitativamente constante y sólo ha vivido cambios debidos a mejoras cualitativas. Esto es debido, en gran parte, a la normativa de carácter restrictivo aprobada por el Govern Balear a finales de los ochenta. Los únicos aumentos autorizados por la legislación son en forma de hoteles de elevada categoría y establecimientos de turismo rural. En estos 20 años, la oferta de turismo rural ha pasado de inexistente a estar formada por 319 establecimientos, con 5.325 plazas (Figura 1) y más de 1.500 trabajadores empleados en verano. A pesar del rápido crecimiento del sector, representa un porcentaje muy pequeño de la oferta total de las islas (1,26% de las plazas), mostrando que se trata más de un complemento que de una alternativa al turismo tradicional.

Tabla 2: Condiciones mínimas en los alojamientos de turismo rural.

	HR: Hotel Rural	AG: Agroturismo	TI: Turismo de Interior
Edificación	Construida antes del 01/01/1940. No se pueden realizar obras para aumentar el volumen construido o que alteren la tipología arquitectónica. Diversos edificios o la totalidad de uno en uso turístico exclusivo. Mucho confort en construcción, instalaciones, mobiliario y decoración. Debe cumplir la Ley 3/1999, de 4 de mayo, de mejora de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, y el Decreto 20/2003, de 28 de febrero.	Construida antes del 01/01/1960. No se pueden realizar obras para aumentar el volumen construido o que alteren la tipología arquitectónica. Debe cumplir la Ley 3/1999, de 4 de mayo, de mejora de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, y el Decreto 20/2003, de 28 de febrero.	Construida antes del 01/01/1940. Tipología tradicional del entorno urbano. Que configure una sola edificación en su totalidad y sin que se admitan otros usos distintos del turístico. No se pueden realizar obras para aumentar el volumen construido o que alteren la tipología arquitectónica. Mucho confort en acabados, instalaciones, mobiliario y decoración. Debe cumplir la Ley 3/1999, de 4 de mayo, de mejora de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, y el Decreto 20/2003, de 28 de febrero.
Ubicación	Terreno no urbanizable y en parcela mínima de 50.000 m ² afecta a la actividad (30.000 m ² en el caso de Formentera). Superficie construida no superior al 2% de la parcela o a 1.500 m ² en el caso de Ibiza y Formentera. Excepción: fincas rústicas incorporadas al núcleo urbano por crecimiento de este.	Terreno no urbanizable y en finca de explotación agrícola, ganadera o forestal con un mínimo de ½ UTH (Unidad-Trabajo-Hombre), es decir 960 horas año de trabajo. 25.000 m ² afectos a la actividad (20.000 m ² en el caso de Formentera).	Barrios antiguos de núcleos urbanos situados a más de 500 metros de la zona turística más cercana (POOT).
Capacidad	Máximo 25 unidades de alojamiento y 50 plazas.	Máximo 12 unidades de alojamiento y 24 plazas.	Máximo 8 unidades de alojamiento y 16 plazas.
Régimen de Explotación	Obligatorio desayuno y media pensión. Optativo pensión completa.	Coexistencia de actividad agrícola, ganadera o forestal con la turística. Obligatorio desayuno. Optativo media pensión o pensión completa.	Obligatorio desayuno. Optativo media pensión o pensión completa.
Clasificación	Única.	Única.	Única.
Requisitos Mínimos	Electricidad. Agua potable y evacuación y tratamiento de aguas residuales. Acceso rodado. Medidas de seguridad y prevención de incendios (Decreto 13/1985, de 21 de febrero y Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre). Establecimiento totalmente climatizado. Vajilla, cristalería, cubiertos y lencería de alta calidad.	Electricidad. Agua potable y evacuación y tratamiento de aguas residuales. Acceso rodado. Medidas de seguridad y prevención de incendios (Decreto 13/1985, de 21 de febrero y Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre).	Electricidad. Agua potable y evacuación y tratamiento de aguas residuales. Acceso rodado. Medidas de seguridad y prevención de incendios (Decreto 13/1985, de 21 de febrero y Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre). Climatización en zonas comunes y calefacción en habitaciones. Vajilla, cristalería, cubiertos y lencería de buena calidad.
Unidades de alojamiento	Habitaciones dobles: poder inscribir un cuadrado de 3,6 m de lado. Habitaciones individuales: poder inscribir un cuadrado de 3 m de lado. Habitación con salón: mínimo 25 m ² . Teléfono en las habitaciones. Disponer de una habitación para personas de movilidad reducida.	Medidas de las habitaciones según normativa sobre condiciones de habitabilidad (Decreto 145/1997, de 21 de noviembre).	Habitaciones dobles: poder inscribir un cuadrado de 3 m de lado y superficie no inferior a los 15 m ² . Habitaciones individuales: mínimo 8 m ² . Habitación con salón: mínimo 23 m ² . Las habitaciones dobles con cama de matrimonio pueden reducir la superficie de la habitación en un 15%. Disponer de una habitación para personas de movilidad reducida, en planta baja si no dispones de ascensor.
Salón y comedor	Salón: 3,5 m ² por habitación (puede incluir el bar). Comedor: 3,5 m ² por habitación.	Espacio destinado a desayunos.	Salón: 3 m ² por habitación (puede incluir el bar). Comedor: 3 m ² por habitación.
Baño	Uno completo por habitación.	Uno completo por cada dos habitaciones.	Uno completo por habitación.
Cocina	Suficiente para dar servicio al establecimiento.	Sin determinar.	Suficiente para dar servicio al establecimiento.
Otros	Recepción con cabina telefónica cerrada e insonorizada. Repartidores de planta, locales para equipajes y almacén para lencería. Aparcamiento señalizado con una plaza para cada dos habitaciones. Piscina con una superficie mínima de 50 m ² (cuadrada o rectangular).	Lugar para almacenar equipajes, utensilios de limpieza y lencería.	Recepción con cabina telefónica cerrada e insonorizada. Sólo se puede explotar conjuntamente un máximo de 3 edificaciones en cada núcleo urbano por una misma persona física o jurídica, y en ningún caso pueden ser confrontados.

Fuente: Colombram (2007).

Por islas, vemos que Mallorca representa el 83,9% de la oferta de turismo rural de las islas. El 10,0% de la oferta se encuentra en Ibiza y el 6,0% en Menorca. Formentera poseía un agroturismo de 12 plazas (abierto entre 2008 y 2010), pero en la actualidad no dispone de oferta de turismo rural. La oferta de turismo rural representa el 1,57% de las plazas de Mallorca, el 0,65% de las plazas de Menorca y el 0,67% de las plazas de Ibiza. La mayor presencia de establecimientos en Mallorca puede deberse a varios factores: Mallorca posee una mayor proporción de su superficie alejado de las zonas turísticas de costa y, por tanto, es mayor el territorio susceptible de desarrollo turístico rural; Mallorca es la isla con más abundancia de grandes propiedades susceptibles de convertirse en establecimientos de turismo rural; Menorca muestra una gran tradición de formulas de gestión rural como son la aparcería, lo cual dificulta el desarrollo turístico (Tur & Garau, 2002); el sector primario de Menorca es el más potente y en mejores condiciones de Baleares, necesitando menos el turístico rural, y en Ibiza y Formentera la extensión de las propiedades es muy pequeña en general, dificultando el cumplimiento de los requisitos de apertura.

Producto

Se define el producto turístico como el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado con el objetivo de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas. Uno de los mayores problemas del turismo rural es la falta de una idea clara de los

artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización (García, 2000).

Baleares posee unos recursos naturales de importancia contrastada (dado el enorme volumen de turistas que atrae cada año) y unos recursos culturales y patrimoniales infrautilizados turísticamente hablando. Los servicios de alojamiento rural existentes son de tres tipos distintos (Agroturismo, Hotel Rural y Turismo de Interior) y poseen buenos niveles de equipamiento, en parte determinados por la normativa del sector (Tabla 2). Los agroturismos son la fórmula más abundante de las tres con 205 establecimientos y 2.972 plazas (Tabla 3). El 89% del turismo de interior se concentra en Mallorca. Sólo ocho de los 72 establecimientos se sitúan fuera de Mallorca, y algunos como los de Ibiza son de apertura reciente (2010 y 2011). El tipo de poblamiento tradicional de Ibiza y Formentera (población diseminada por el territorio) es la causa del retraso y escasez de turismo de interior en las Pitiüses, al resultar muy difícil encontrar inmuebles urbanos alejados de las zonas turísticas de la costa y construidos antes de 1940. Cabe tener en cuenta que mientras las formulas de hotel rural y agroturismo se crearon en 1991, en el caso del turismo de interior se debe esperar a la normativa de 1995. Esto explica en parte la menor cantidad de oferta de turismo de interior.

Los Hoteles rurales son el tipo de establecimiento menos numeroso pero de

Tabla 3: Oferta de Turismo Rural en Baleares (año 2011).

	Hotel Rural		Agroturismo		Turismo de Interior		Turismo Rural	
	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas
Mallorca	31	1.137	173	2.494	64	839	268	4.470
Menorca	4	121	11	128	5	72	20	321
Ibiza	7	154	21	350	3	30	31	534
Formentera								
Baleares	42	1.412	205	2.972	72	941	319	5.325

Fuente: Ibestat

componentes que forman la oferta turística rural. Los productos turísticos se componen de unos servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad. Además los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar

mayor tamaño. El tamaño medio de los hoteles rurales es de 33,6 plazas mostrando un cierto incremento de tamaño desde finales de los noventa (menos de 30 plazas). Los hoteles rurales más grandes son los de Mallorca (37 plazas) y los más pequeños los de Ibiza (22 plazas). Las otras dos formulas de establecimiento también muestran un cierto aumento en su capacidad media (los

agroturismos pasaron de 10 plazas en 1997 a 14,5 en 2011 y los establecimientos de turismo de interior de 11 plazas en 1997 a 13,1 en 2011). Los agroturismos más pequeños son los de Menorca (11,6 plazas) y los más grandes los de Ibiza (16,7 plazas). En turismo de interior, los más grandes son los de Menorca (14,4 plazas) y los más pequeños los de Ibiza (10 plazas). La mayor parte de los alojamientos rurales de Baleares (55%) poseen entre 6 y 10 habitaciones (de 12 a 20 plazas).

Una peculiaridad del turismo rural de Baleares es que no se encuentra regulada la Casa Rural, es decir la posibilidad de alquilar viviendas unifamiliares. Sólo se contemplan formatos que son variantes de lo que podríamos considerar minihoteles situados en zona rural. Este hecho es probable que sea la causa de que el tamaño medio de los establecimientos sea el mayor de España (18 plazas de media). Sólo Madrid (17,5 plazas) y Cantabria (17,4 plazas) poseen establecimientos con un tamaño medio similar, mientras que la media nacional se encuentra en 9,1 plazas.

El tamaño y tipología de los establecimientos facilita un tipo de explotación predominantemente familiar, en especial en los agroturismo (Seguí, 2000). El 58% de los empresarios poseía experiencia previa en el sector turístico y en el 60% de los casos estudios superiores (casi un 40% de ellos con estudios en turismo y hostelería). La franja de edad mayoritaria se sitúa entre los 30 y 35 años. Dos tercios de los empresarios son hombres, mientras que en otras comunidades autónomas las mujeres son mayoría entre el empresariado de turismo rural (Colombram, 2009). La nacionalidad del personal de los establecimientos de turismo rural guarda una cierta relación con la nacionalidad de sus clientes, pero la gran mayoría de los trabajadores de los establecimientos de turismo rural son de nacionalidad española. El conocimiento de idiomas del personal demuestra la adaptación a un mercado internacional: el conocimiento del inglés supera el 90%, el alemán y francés más del 50%, y otros idiomas (holandés, Italiano) son hablados por una cuarta parte del personal (Seguí, 2000).

El régimen de alojamiento predominante en los establecimientos de Baleares es el Alojamiento y Desayuno (86,3%), seguido por la Media Pensión (35,6%) y la Pensión Completa (6,9%). Estos establecimientos se caracterizan por poseer un nivel de equipamientos (Tabla 4)

superior a lo establecido por la norma, la cual ya es exigente. Además de los equipamientos de los establecimientos es necesario tener en cuenta los servicios complementarios que ofrecen por si mismos o a través de contactos con otras empresas (Tabla 5). Las actividades más ofertadas en el propio establecimiento son la degustación de productos típicos (40%), el alquiler de bicicletas (34%), las excursiones (26%) y realizar labores agrícolas (19%). La oferta del propio establecimiento se completa con la de empresas de actividades de ocio de la zona con las que tienen relación los alojamientos: Actividades acuáticas (71%), excursiones a caballo (70%), prácticas deportivas (64%), alquiler de bicicletas (57%), excursiones (55%), etc. Los establecimientos de Ibiza son los que muestran los mejores niveles de equipamientos y de oferta de ocio. Consecuentemente, Ibiza es la isla con los precios medios más elevados. Los establecimientos rurales de Baleares suelen permanecer abiertos sólo una parte del año. De abril a octubre permanecen abiertos el 100%, pero sólo el 30% permanece abierto todo el año (Colombram, 2009).

Tabla 4: Equipamiento de los establecimientos.

Equipamiento	%
Calefacción en habitaciones	97,26
Calefacción en zonas comunes	94,52
Televisión en habitaciones	91,78
Piscina	89,04
Aire acondicionado en habitaciones	86,30
Acceso a Internet	76,71
Chimenea	72,60
Aire acondicionado en zonas comunes	64,38
Teléfono en habitaciones	63,01
Restaurante	56,16
Cocina en habitaciones	23,29
Zona de Spa	23,29
Cocina común para los clientes	20,55
Gimnasio	19,18
Instalaciones deportivas	17,81

Fuente: Colombram (2009).

Tabla 5: Oferta de actividades complementarias para los clientes de los alojamientos de turismo rural.

Actividad	En el propio establecimiento	En empresa de ocio	Oferta total
Alquiler de bicicletas	34,25 %	57,35 %	91,60 %
Excursiones	26,40 %	55,42 %	81,82 %
Excursión a caballo	6,85 %	69,86 %	76,71 %
Práctica de deportes	9,59 %	64,38 %	73,97 %
Actividades acuáticas	1,37 %	71,23 %	72,60 %
Degustación de productos típicos	39,43 %	19,10 %	58,53 %
Actividades relacionadas con la artesanía	5,48 %	30,14 %	35,62 %
Deportes de riesgo	0,00 %	26,35 %	26,35 %
Labores agrícolas	19,18 %	0,00 %	19,18 %
Pesca	0,00 %	17,81 %	17,81 %
Rutas en todoterreno	1,37 %	10,96 %	12,33 %
Caza	4,11 %	2,74 %	6,85 %
Otras	10,96 %	5,48 %	16,44 %

Fuente: Colombram (2009).

Precio

El precio constituye una variable fundamental en la decisión del turista y, en el ámbito de los servicios, el cliente considera habitualmente el precio como indicador de calidad. En Baleares el precio de una estancia depende del establecimiento, de la temporada y de la habitación del establecimiento. Esta variación puede llegar a ser enorme y convierte la elección de un alojamiento en un rompecabezas de precios, temporadas y alojamientos. El cálculo de la relación precio calidad se convierte en algo muy complejo debido a la disparidad entre los servicios ofrecidos en establecimientos de la misma categoría y a la disparidad de precios. Una mayor homogeneidad entre los establecimientos ayudaría a que los consumidores puedan comparar a la hora de elegir.

Las empresas de turismo rural de Baleares toman como referencia principal los precios de la competencia (59%), junto a los costes (52%). Los precios de las islas distan mucho de los establecidos en otras partes de España. El precio medio de la habitación doble se sitúa en más de 200 € en los Hoteles Rurales, 150 € en Agroturismos (en Ibiza llegan a 250 €) y 130 € en Turismo de Interior, en temporada alta. En temporada baja los precios son menores, pero aún así son superiores a los 150 € en Hoteles Rurales, 120 € en Agroturismos y 100 € en Turismo de Interior. Los establecimientos más económicos son los de Menorca al no tener

unos niveles de confort y equipamientos tan elevados como en las otras islas.

Distribución.

En Baleares, los canales de comercialización usados son muy diversos. El 100% de los establecimientos usa la contratación directa, casi el 90% Internet, el 72% agencias especializadas, el 50% los turoperadores tradicionales, y sólo el 48% los servicios de asociaciones de turismo rural. Pero no todos los canales generan el mismo porcentaje de clientes: Internet es la principal vía de comercialización con casi el 41% de la contratación (sumando intermediarios de Internet y Web propia), los turoperadores tradicionales aportan el 23,8% de los clientes y la contratación directa el 21,7% (Garau, 2009). Ibiza es la isla con mayor grado de contratación directa (Colombram, 2009).

La principal vía de distribución de los establecimientos de turismo rural es la distribución directa vía teléfono o Internet. La práctica totalidad de establecimientos tienen página Web con información sobre el hotel y los servicios ofrecidos, una lista de precios y un formulario de reserva. Además todos reciben reservas por teléfono (o fax). Además, muchos establecimientos operan con mayoristas o agencias de viajes. El grado de distribución indirecta depende de la demanda directa que posean. Si tienen mucha demanda directa abandonan la distribución indirecta o la reducen, y si la demanda directa no es muy

Tabla 6. Fortalezas y Debilidades del turismo rural de Baleares.

Fortalezas.	Debilidades.
<ul style="list-style-type: none"> • El entorno natural (paisajes), la suavidad climática, y la tranquilidad y calma. • La importancia turística balear favorece la existencia de buenas comunicaciones con los mercados emisores, beneficiando esta situación a los turistas rurales. • “Know how” turístico general. • La elevada calidad y singularidad de los establecimientos de turismo rural. • Alto grado de satisfacción de los turistas, con elevado grado de repetición y recomendación. • Las islas Baleares (Mallorca, Ibiza, etc.) son muy conocidas, aunque no por el turismo rural, facilitando la comercialización turística. • La oferta complementaria a disposición de los turistas rurales es muy variada gracias al gran desarrollo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo rural, al igual que el tradicional, posee una gran estacionalidad veraniega. • Excesiva presión sobre los recursos naturales de las islas. • La disminución de la actividad agrícola y ganadera repercute en un menor cuidado del entorno natural y en una pérdida de atractivo paisajístico. • La accesibilidad del destino para los turistas rurales se reduce en la temporada invernal (menor número de vuelos, etc.). • Falta especialización de los recursos humanos de los establecimientos. • La promoción del turismo rural en el exterior es limitada a causa del pequeño tamaño de los establecimientos. • Excesiva concentración de la demanda en el mercado alemán. • Imagen de Baleares poco asociada al turismo rural.

Fuente: Colombram (2009) y Garau (2009).

intensa mantienen la distribución indirecta a través de mayoristas o agencias de viajes.

Promoción.

La principal dificultad para las empresas turísticas se encuentra en plasmar lo intangible, y los múltiples atributos del servicio. El instrumento comunicación adquiere especial relevancia al dar al producto una imagen que permite contrarrestar la intangibilidad del mismo.

Internet es la principal herramienta de promoción del turismo rural de Baleares, en especial las páginas propias de los establecimientos: más del 98% de los establecimientos disponen de página Web propia, el 56,9% inserta anuncios en páginas de Internet, y el 45% utiliza estrategias de posicionamiento en buscadores. Los folletos, guías y anuncios en revistas pierden importancia con el paso de los años, aunque siguen siendo muy importantes (Garau, 2009). Internet es un método de promoción (permite dar a conocer el establecimiento a través de la Red), pero también es un método de distribución directa que permite poner en contacto el cliente y el

establecimiento sin necesidad de intermediarios.

CONCLUSIONES

En España, el turismo rural se caracteriza por una oferta heterogénea no muy importante cuantitativamente en el conjunto del sector turístico pero importante para el desarrollo de las regiones rurales, especialmente del centro y norte.

En Baleares se inició la regulación del turismo rural en 1991, pero la evolución del sector hizo que en 1995 se regulara de nuevo. Las normas aprobadas en 1995 son las actualmente en vigor. En esta norma se regulan cuatro figuras: Hotel Rural, Agroturismo, Turismo de Interior y Otras Ofertas Complementarias. De todas ellas la más abundante es el Agroturismo, posiblemente por ser el alojamiento con menos requerimientos y que permite una mayor flexibilidad. El sector resultante posee un conjunto de fortalezas y debilidades vinculadas mayoritariamente a las peculiaridades de Baleares (Tabla 6). Además posee unas características distintivas:

- La oferta balear se caracteriza por estar formada por establecimientos definibles como pequeños hoteles en zona rural. La legislación no incluye las Viviendas Turísticas de Vacaciones, conocidas en el resto de España como Casas Rurales, dentro de la clasificación de turismo rural. Estas Viviendas Turísticas Vacacionales representan unos 650 establecimientos (Colombram, 2009). Esto implica que sea la región con mayor tamaño medio de los establecimientos rurales.
- En Baleares no existe un sistema de clasificación de los establecimientos según su calidad, como si existe en otras comunidades. Aunque en general tienen niveles de confort elevados, algunos establecimientos son más austeros.
- Un porcentaje significativo de los establecimientos es de empresarios hoteleros, siendo el turismo rural de Baleares una forma de evitar las restricciones de la Ley General de Turismo (Colombram, 2009).
- En Baleares, la oferta se ha dirigido desde sus inicios a cubrir una demanda internacional, en especial de origen alemán, con elevadas rentas familiares. Mientras que en la Península se encuentra orientado al mercado nacional, en Baleares la mayoría de los clientes son extranjeros (con la excepción de Menorca, donde dos tercios son españoles).
- Menorca posee el sector más parecido al resto de España, con equipamientos y servicios menos suntuosos, precios más moderados, mayor contacto con la naturaleza, importante asociacionismo empresarial y gran presencia de clientes españoles. Ibiza es el polo opuesto en cuanto a oferta: mayor lujo y confort de los agroturismos, precios más elevados, un mayor uso y diversidad de medios de promoción y comercialización, y una clientela que busca menos la tranquilidad que en el resto de islas y más disfrutar del ocio nocturno. Ibiza es la isla con el turismo rural más dispar de Baleares y posiblemente abunde lo que Albaladejo, Díaz y Molera (2004) denominan "turista en alojamiento rural".
- En muchos casos, la decoración y el mobiliario no es el propio de la zona, ni siquiera es antiguo y rústico, debido a que los empresarios no pertenecen a la comunidad local (muchos son ciudadanos extranjeros).
- El asociacionismo de los establecimientos de las islas es variable, oscilando entre el 92% de Menorca y el 44% de Ibiza, y suele deberse a las facilidades de promoción que permite (Colombram, 2009). En general el asociacionismo es bajo y fragmentado en Baleares, diferencia importante con otras regiones, en especial a la hora de la comercialización.
- La estrategia de precios en la penetración de mercados es de descremación en Baleares frente a la estrategia de penetración mayoritaria en el resto de España (García, 2003). El precio medio de las habitaciones supera los 120 €/día siendo en muchos casos superior a los 200 €/día (Colombram, 2009). La oferta de Baleares posee precios muy elevados, y superiores a la mayoría de la oferta nacional.
- Los principales canales de distribución son Internet, los folletos promocionales y las guías turísticas. Con el paso de los años los folletos y guías se han visto eclipsados por las páginas Web en la promoción y distribución, pero este hecho no es ni mucho menos exclusivo de Baleares. Lo que sí es distinto de las Islas es la poca importancia de las asociaciones en la promoción y distribución.
- La estacionalidad del turismo rural es inferior a la del turismo tradicional. Aunque también posee una fuerte concentración de la demanda durante los meses de verano, el periodo de gran afluencia turística es mayor en el caso del turismo rural que en el del turismo tradicional. En relación con la media nacional, la temporada veraniega de Baleares es más larga pero es más fuerte el descenso invernal.

El resultado es un turismo rural de tipo hotelero, elevado confort y precios, enfocado a un mercado extranjero de clase media-alta, gestionado por personas con experiencia previa en el sector y relativamente alejado del concepto tradicional de turismo rural.

REFERENCIAS

- Albaladejo, I. P., Díaz, M. T. & Molera, L (2004). Turista rural versus turista en alojamiento rural. *Estudios Turísticos*, 160, 85 -102.
- Bardón, E. (1987). El Turismo rural en España: Algunas iniciativas públicas. *Estudios Turísticos*, 94, 63-76.
- Bote, V. (1988). *Turismo en Espacio Rural: Rehabilitación del Patrimonio y de la Economía local*. Madrid: Ed. Popular.
- Bote, V. (1992). *Rehabilitación del Patrimonio Sociocultural y de la Economía Local*. Madrid: Ed. Popular.
- Colombram, M. (2007). *El Turisme en el Medi Rural a les Illes Balears. Anàlisi de la Normativa*. Col·lecció Estudis Turístics, nº 7. Palma de Mallorca: Govern Balear.
- Colombram, M. (2009). *Anàlisi Estratègica del Turismo en el Medi Rural: el Cas de les Illes Balears*. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears.
- Crosby, A. (dir.) (1993). *El Desarrollo Turístico Sostenible en el Medio Rural*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT).
- Fuentes, R. (1995). Análisis de las principales características de la demanda de turismo rural en España. *Estudios Turísticos*, 127, 19-52.
- Garau, J. B. (2009). *El Turisme Rural a Balears 2008*. Col·lecció Estudis Turístics, nº 10. Palma de Mallorca: Govern Balear.
- García, B. (2000). *Estrategias de Comercialización del Turismo Rural*. Documentos de trabajo nº 20016. Escuela universitaria de turismo. Universidad de Alcalá.
- García, B. (2003). *Marketing del Turismo Rural*. Madrid: Editorial Esic-Pirámide.
- Ibestat. Web Site: <http://ibestat.caib.es> [consultado el 10 de octubre de 2012]
- INE. Web Site: <http://www.ine.es> [consultado el 10 de octubre de 2012]
- Ribas, M. (1993). Cap a un desenvolupament integrat: l'agricultura ecològica en unió amb l'agroturisme. En *La Formació, la rehabilitació y les noves modalitats turístiques*. III Jornades de Geografia del Turisme. Palma: UIB, 267-271.
- Saxena, G. & Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism: A border case of study. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 233-254.
- Seguí, M. (2000). El turismo rural en las Islas Baleares. En *La Actividad Turística Española en 1999*. Edita AECIT, 515-520.
- Tur, V. & Garau, J. B. (2002). *Agroturismo y Turismo Rural en Baleares*. Palma de Mallorca: Estudis CAEB - CITTIB – Govern de les Illes Balears.
- Valdés, L. (1996). El turismo rural en España. En Pedreño, A., & Monfort, V. M. (ed.). *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Madrid: Editorial Cívitas, 365-401.
- Yagüe, R. M. (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29:4, 1101-1110.