



Cita bibliográfica: Dot Jutglà, E., Romagosa Casals, F. y Noguera Noguera, M. (2022). El incremento del turismo de proximidad en Cataluña en el verano de 2020: una oportunidad para la consolidación del turismo rural como forma de turismo sostenible y segura. *Investigaciones Turísticas* (23), pp. 162-185. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.8>

El incremento del turismo de proximidad en Cataluña en verano de 2020: una oportunidad para la consolidación del turismo rural como una forma de turismo sostenible y segura

The increase of proximity tourism in Catalonia in the summer of 2020: an opportunity for the consolidation of rural tourism as a type of sustainable and safe tourism

Esteve Dot Jutglà , Universitat Autònoma de Barcelona, España
esteve.dot@uab.cat

Francesc Romagosa Casals , Universitat Autònoma de Barcelona, España
francesc.romagosa@uab.cat

Maria Noguera Noguera , Universitat Autònoma de Barcelona, España
maria.noguera@uab.cat

RESUMEN

En la primera parte del año 2020 la crisis sanitaria del COVID-19 tuvo un enorme impacto negativo sobre el sector turístico. Con el desconfinamiento del verano se produjo un retorno relativo a la actividad, pero muy desigual según territorios y tipos de alojamiento turístico. El objetivo de este estudio es el análisis de la situación de la oferta y la demanda de turismo rural en Cataluña durante el verano de 2020, y su relación con la sostenibilidad. La hipótesis de investigación plantea que el turismo de proximidad experimentó un fuerte crecimiento en Cataluña durante ese período, siendo los espacios rurales y la tipología de establecimiento de turismo rural unos de los principales beneficiados, compensando el descenso del turismo internacional, posibilitando al mismo tiempo la consolidación de prácticas turísticas sostenibles.

Palabras clave: COVID-19; turismo de proximidad; turismo rural; sostenibilidad; Cataluña.

ABSTRACT

In the first part of 2020, the COVID-19 health crisis had a huge negative impact on the tourism sector. With the easing of the lockdown restrictions in the summer there was a relative return to the activity which was very uneven depending on the territories and types of tourist accommodation. The objective of this study is to analyse the situation of supply and demand for rural tourism in Catalonia during the summer of 2020, and its relationship with sustainability. The research hypothesis proposes that proximity tourism experienced strong growth in Catalonia in the summer of 2020, with rural spaces and the type of rural tourism establishment being the main beneficiaries, offsetting the decline in international tourism, enabling, at the same time, the consolidation of sustainable tourism practices.

Keywords: COVID-19; proximity tourism; rural tourism; sustainability; Catalonia.

I. INTRODUCCIÓN. TURISMO RURAL Y TURISMO DE PROXIMIDAD EN UN CONTEXTO DE PANDEMIA

La crisis sanitaria de la pandemia del COVID-19 provocó en la primera mitad del año 2020 un declive sin precedentes a escala mundial de los viajes turísticos y de los ingresos económicos generados por el turismo (UNWTO, 2020). Una de las consecuencias que trajo consigo la pandemia, con el confinamiento inicial y el desconfinamiento posterior, fue la creación de unas condiciones que deberían facilitar que todo el sector turístico fuera más sostenible (Fletcher et al., 2020). Efectivamente, a pesar de la resiliencia que el sector ha demostrado tener históricamente ante fenómenos catastróficos o inesperados, que podrían llevar a pensar que el turismo podría volver progresivamente a una cierta "normalidad", similar a la existente en el momento previo a la crisis (Navarro et al., 2020), muchas voces han destacado la oportunidad que ha supuesto esta crisis para realizar cambios profundos en el sector, que vayan en la línea de la sostenibilidad (Brouder, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020a; Ioannides y Gyimóthy, 2020; Niewiadomski, 2020; Romagosa, 2020). Así, la adopción de un modelo continuista respecto a la gestión y planificación futura del sector, siguiendo con la filosofía del '*business as usual*', se puede ver como una imprudencia por el hecho de ignorar la insostenibilidad imperante hasta antes de la llegada de la pandemia, y más teniendo en cuenta la exposición cada vez más recurrente del sector a los riesgos impuestos por el cambio climático y por las emergencias sanitarias globales (Higgins-Desbiolles, 2020b; Jamal y Budke, 2020). El post COVID-19 puede permitir, pues, plantear un escenario a partir de la reformulación de estrategias de desarrollo que no repitan los errores previos del sistema capitalista y sus poderes financieros y corporativos (Murray, 2015; Klein, 2020).

En este sentido, una de las consecuencias que ha tenido esta crisis, y que estaría alineada con los principios de la sostenibilidad, ha sido el reforzamiento del turismo de proximidad en detrimento de los viajes de larga distancia. El hecho se debe, principalmente, a las restricciones generales de la movilidad turística impuestas por los gobiernos, que forzaron a los potenciales turistas a no viajar o, en caso de hacerlo, a optar por destinos cercanos (Gutiérrez, 2020; Navarro et al., 2020; Villaécija, 2020). Además, el hecho de viajar a entornos cercanos permite dar a los turistas una mayor percepción de seguridad por la posibilidad de regresar de forma fácil y rápida al lugar de residencia habitual en el caso de un

confinamiento repentino asociado a la pandemia. Complementariamente al factor seguridad, hay que apuntar a otros factores que pueden favorecer el crecimiento del turismo de proximidad, como pueden ser la creciente conciencia social y ambiental que tienen los turistas, combinada con una reducción del poder adquisitivo de la demanda turística provocada por la crisis económica derivada de la pandemia (Romagosa, 2020; Lew, 2020).

El nuevo contexto turístico lleva a una revalorización y un mayor interés hacia formas de turismo y destinos turísticos que se habían considerado como alternativas a las modalidades predominantes del sector (sol y playa, urbano...). Nos referimos al turismo rural y al turismo de naturaleza, particularmente, que son percibidos como formas de turismo que llevan asociados unos atributos como son la seguridad, la calidad y la sostenibilidad. En el caso del turismo rural, que es sobre el cual tratará este artículo, hay que decir que, aunque esta modalidad turística no es siempre fácil de acotar en cuanto a su definición, desde una perspectiva amplia, se puede entender como el conjunto de actividades realizadas por los visitantes en sus desplazamientos turísticos en el medio rural. La acepción más extendida asocia el turismo rural a la oferta de alojamiento dentro de núcleos de población de menos de 1.000 habitantes o bien en entornos aislados. El turismo rural, además, a menudo se presenta como una estrategia para el desarrollo territorial local relacionada con la sostenibilidad y la atracción de nuevos habitantes en entornos propensos a perder población (Romagosa et al., 2020; Ibanescu et al., 2018), al amparo de las políticas territoriales de reequilibrio territorial que eviten, sin embargo, la fuerte terciarización y artificialización del medio natural, y al mismo tiempo, la subvención continua (Cànoves et al., 2006). De hecho, los datos de ocupación de este tipo de alojamiento se utilizan como indicador para dimensionar el fenómeno (Cànoves et al., 2014). En este sentido, un estudio reciente señala precisamente el hecho de que las áreas rurales cercanas y bien comunicadas con las áreas metropolitanas (donde se concentra la mayor parte de la demanda de este tipo de turismo) son el destino preferente para los turistas que desean practicar estas modalidades, mientras que aquellas zonas más alejadas, despobladas y con menos servicios e infraestructuras son las que tienen más dificultades para sobrevivir y ser económicamente sostenibles (Somoza Medina y Somoza Medina, 2020). En cualquier caso, a pesar de las diferencias territoriales, se constata que el disfrute y la demanda de los espacios rurales y naturales como espacios de atracción turística y de ocio crece en términos generales en la era post COVID-19 (Clemente, 2020; Escapada Rural, 2020; López, 2020).

El turismo de proximidad que emerge a partir de mediados del año 2020 ofrece, pues, nuevas oportunidades que deberían permitir fortalecer el modelo de desarrollo turístico en el medio rural con prácticas turísticas sostenibles, creando nuevas oportunidades corporativas y empresariales. Dicho turismo de proximidad presenta múltiples concreciones a la hora de organizar la actividad turística. En todas ellas se prioriza una demanda en términos de corta distancia geográfica por parte del turista nacional, y, en gran medida, también por las clases trabajadoras y medias. Entre las diferentes formas resultantes del término turismo de proximidad hay el turismo de interior, turismo rural, turismo social, turismo de segunda residencia, "slow tourism", "staycation" o ciertas formas de turismo comunitario (Izcara y Cañada, 2020).

El conjunto de estas prácticas turísticas de proximidad forma parte del debate actual en relación al modelo de turismo a adoptar en un escenario presente y futuro post coronavirus. Más allá de los efectos inmediatos causados por la pandemia de la COVID-19 que

llevan al turismo centrado en las distancias cortas para los años 2020 y 2021 (Rajmil, 2020), la reflexión sobre el modelo del turismo pasa por los turismos de proximidad no como alternativa si no como apuesta; más aun considerando la transformación del turismo en el marco de una transición socio-ecológica cada vez más apremiante. Los turismos de proximidad ofrecen pues la posibilidad de relocalizar la actividad turística, reducir la movilidad y el consumo de materiales, y por lo tanto disminuir la presión climática y energética al planeta, frente al patrón turístico hegemónico de las últimas décadas construido bajo la lógica de un consumo de recursos ilimitado (Cañada, 2020; Romagosa, 2020).

II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Considerando este contexto, y tomando como caso de estudio la comunidad autónoma de Cataluña, la investigación tiene por objetivo estudiar la oferta y la demanda de alojamiento de turismo rural durante la temporada de verano de 2020, así como la relación de oferta y demanda con las prácticas turísticas sostenibles y su potencial contribución al desarrollo territorial en el escenario turístico post COVID-19. Algunas de las preguntas estructurales que se plantean son: ¿Hubo un aumento del turismo de proximidad en Cataluña en el post-confinamiento del verano de 2020? ¿Este movimiento turístico benefició a los espacios rurales y en concreto al turismo rural? ¿Las restricciones impuestas por la pandemia del COVID-19 pueden hacer posible la aparición de cambios en el turismo, con la consolidación de prácticas sostenibles en entornos rurales?

Para el análisis del turismo de proximidad en Cataluña, con el caso concreto de los espacios rurales, además del trabajo de búsqueda documental y estadística, se realizó una encuesta a los gestores de los alojamientos de turismo rural entre agosto y septiembre de 2020, referida a la temporada de verano (julio y agosto), teniendo en cuenta que el confinamiento general finalizó en el mes de junio, momento en que comenzó a reanudarse de forma gradual la actividad turística en Cataluña, a pesar de las restricciones impuestas a la hora de viajar por parte de diferentes países. Esta encuesta permite obtener información sobre: las reservas de alojamiento y la actividad (y los posibles cambios experimentados en comparación con el verano de 2019); el segmento de la demanda que ha realizado la pernoctación; la comunicación promocional a propósito a través de internet o de las redes sociales que los gestores hayan podido poner en marcha para diferenciarse de otras tipologías turísticas, o bien para destacar aspectos como la seguridad y/o la sostenibilidad; y, finalmente, aspectos percibidos por los responsables de la gestión del alojamiento en relación a la sensibilidad y/o la preocupación de la práctica turística sostenible por parte de sus clientes.

El formulario se creó mediante la aplicación Google Forms y la distribución de la encuesta se realizó a partir de las tres principales asociaciones de turismo rural en Cataluña. Estas son la Confederación del Turismo Rural y Agroturismo de Cataluña (TURALCAT), la Confederación Catalana de Agroturismo y Turismo Rural (CONCATUR) y la Asociación de Casas de Turismo Rural Girona - Costa Brava - Pirineo, las cuales agrupan a más de 750 asociados, lo que supone aproximadamente el 40% de los establecimientos de turismo rural de Cataluña (Tabla 1).

Con este proceso se obtuvieron 89 cuestionarios respondidos por responsables de la gestión de establecimientos de turismo rural de forma anónima para garantizar su confidencialidad. Teniendo en cuenta que hay muchos de estos responsables que son propietarios de varios establecimientos, se puede afirmar que las respuestas recibidas

representan un número mayor de establecimientos. Considerando los datos facilitados por las tres confederaciones con las que se ha trabajado, de media suele haber el doble de establecimientos respecto al número de asociados. Por lo tanto, se puede inferir que aproximadamente se encuestaron unos 200 establecimientos respecto un total de 2.500, que son los que están registrados en el conjunto de Cataluña (Tabla 1). Esta cantidad representa menos del 10% del total, pero se puede considerar una cifra estadísticamente representativa.

Por otro lado, en la investigación se analizó la actividad y uso de la red social Twitter por parte de diferentes usuarios (administraciones públicas, empresas privadas, asociaciones/fundaciones y particulares) en relación a la práctica de turismo sostenible en el entorno natural y/o rural. La búsqueda de información se realizó por los meses de julio y agosto de 2019 y 2020, a partir de las palabras clave o *hashtags* “#turisme rural” / “#turismo rural” y “#turisme sostenible” / “#turismo sostenible”, limitadas territorialmente en Cataluña. El contenido de los tweets se clasifica según su objetivo, que puede ser de carácter promocional o de otro tipo, como el informativo, el formativo o el de opinión. Todo ello permite hacer el recuento de tweets (sin considerar los retweets u otras interacciones) y realizar la comparación entre los veranos de 2019 y de 2020, la tipología de mensajes de texto, y al mismo tiempo, identificar los intereses y las tendencias de los usuarios 2.0.

Después de esta introducción, el artículo presenta en la segunda sección una contextualización del turismo en Cataluña, y en particular del turismo rural, en el marco español. En la tercera sección, se analiza la oferta y la demanda de alojamiento de turismo rural en Cataluña, con la interpretación de los resultados de la encuesta y del Twitter, considerando un modelo de desarrollo turístico sostenible. Finalmente, el artículo termina con una discusión y conclusiones generales concebidas para ser útiles para las administraciones locales y autonómica, en el marco de la planificación turística del territorio, así como también por todos los agentes interesados en el desarrollo del turismo rural.

III. EL CONTEXTO TURÍSTICO EN CATALUÑA ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA

El desarrollo del turismo en Cataluña tiene un largo recorrido, iniciado de forma masiva sobre todo a partir de los años 1960 con una demanda estacional muy especializada en el producto de sol y playa y una oferta concentrada a lo largo de la costa. Entrado el siglo XXI, Cataluña ya pasó a ser considerada turísticamente como un destino maduro y consolidado, con un marcado componente de turismo internacional (Garay y Cànoves, 2010; Romagosa et al., 2011). De acuerdo con las estadísticas de la Encuesta de Población Activa del INE (2020), el número de turistas internacionales alcanzó el año 2019 los 19,4 millones de visitantes, siendo esta cifra el 23,1% del total estatal. Los principales mercados de la demanda fueron Francia y el Reino Unido, con más de 4 y 2 millones de turistas, respectivamente. En el año 2019 el turismo era un motor de la economía regional aportando el 12% del producto interior bruto (Hosteltur, 2020). El impacto del sector turístico era notorio por el empleo generado, con 470.000 personas dedicadas a las actividades turísticas, lo que representa un 13,6% del total de los ocupados en Cataluña (3.440.700 personas) (IDESCAT, 2020a).

El crecimiento anual del turismo catalán se interrumpió el año 2020 debido a la pandemia global del COVID-19. Los principales efectos están relacionados con la llegada del turismo internacional y las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de las medianas y grandes ciudades, destacando el caso de Barcelona. Considerando el turismo extranjero y comparándolo con datos del año 2019, este acumulaba en agosto del año 2019 la cifra de 13,6

millones de turistas. En cambio, en agosto del año 2020 la cifra acumulada era de 3,2 millones, produciéndose una reducción del 76,5% (IDESCAT, 2020b). Del mismo modo, los datos también muestran un efecto negativo en cuanto el gasto anual que en agosto de 2019 acumulaba 15.122 millones de euros y en agosto de 2020 sumaba 3.190 millones de euros, lo que supone una reducción del 78,9% (IDESCAT, 2020c).

En la evolución del turismo en Cataluña cabe destacar la expansión de la modalidad del turismo rural. Este aparece en la década de 1980 y se consolida durante la década siguiente, en el contexto de los cambios producidos a escala global en el ámbito turístico (turismo post fordista o turismo a la carta), como consecuencia de los cambios de la sociedad postindustrial y las nuevas tendencias de consumo recreativo (Urry, 2002). Los espacios rurales pasaron a diversificar sus usos con la incorporación del uso turístico coincidiendo con el proceso territorial de diversificación y desconcentración turística (Romagosa et al., 2011).

El conjunto de modalidades turísticas en Cataluña y su estado en el año 2020 (agosto) se puede estudiar a partir de la oferta de alojamiento turístico. Esta oferta está muy concentrada territorialmente en las áreas litorales (principalmente en Barcelona, la Costa Brava y la Costa Daurada), con un segundo foco de turismo rural y campings en las marcas Pirineos y Costa Brava. Estadísticamente, la oferta de alojamiento turístico en Cataluña en el año 2020 estaba compuesta por 93.247 establecimientos y 1.084.618 plazas (Tabla 1) (Departament d'Empresa i Coneixement, 2020). De este total de establecimientos turísticos, la tipología de turismo rural es la tercera más numerosa, con el 2,7% del total de establecimientos (2.499 establecimientos), teniendo un peso relativo inferior respecto del total de plazas en Cataluña, siendo del 1,8% de las plazas (19.993 plazas). El salto en cuanto el número de establecimientos comparado con el año 2000 es importante: en ese momento, la oferta suponía una cuarta parte respecto a la actual (645 establecimientos y 5.558 plazas).

Tabla 1. Oferta de alojamiento turístico en Cataluña (agosto de 2020)

Tipo de establecimientos	Establecimientos	%	Plazas	%
Establecimientos hoteleros	3.077	3,2	316.080	29,1
Campings	352	0,3	263.381	24,3
Turismo rural	2.499	2,7	19.993	1,8
Apartamentos turísticos	265	0,3	14.776	1,4
Viviendas de uso turístico	87.054	93,4	470.388	43,4
Total	93.247	100	1.084.618	100

Fuente: Departament d'Empresa i Coneixement (2020)

En específico en cuanto al alojamiento de turismo rural en Cataluña, de los 2.499 establecimientos registrados en el año 2020, hay un predominio de la modalidad granja (49,3% de las empresas turísticas de alojamiento), seguido de la casa de pueblo independiente (28,9%), la masía (12,4%) y la casa de pueblo compartida (9,4%) (Departament d'Empresa i Coneixement, 2020). El salto en cuanto el número de establecimientos comparado con el año 2000 es importante: En ese momento había 645 establecimientos y 5.558 plazas.

Territorialmente, la oferta del actual conjunto de alojamientos de turismo rural no está repartida de manera uniforme, concentrándose en las comarcas más septentrionales

(Pirineos, exceptuando el Valle de Aran y la Cerdaña, donde predominan las segundas residencias), con el 38% de los establecimientos y la Costa Brava, con el 19% del total (Tabla 2). La distribución de plazas también se mantiene en este orden.

Tabla 2. Distribución de la oferta de alojamiento de turismo rural en Cataluña (agosto de 2020)

Marca turística	Establecimientos	%	Plazas	%
Costa Brava	497	19,9	4.268	21,3
Costa Daurada	217	8,7	1.805	9,0
Paisajes de Barcelona	323	12,9	2.516	12,6
Pirineos	954	38,2	7.228	36,2
Terres de l'Ebre	138	5,5	1.046	5,2
Terres de Lleida	166	6,6	1.390	7,0
Costa Barcelona	186	7,4	1.545	7,7
Val d'Aran	18	0,7	195	1,0
Total	2.499	100	19.993	100

Fuente: Departament d'Empresa i Coneixement (2020)

IV. LA INCIDENCIA DE LA PANDEMIA SOBRE EL TURISMO EN ESPAÑA Y CATALUÑA DURANTE EL VERANO DE 2020. EL CASO DEL TURISMO RURAL

La incidencia de la pandemia del COVID-19 sobre el turismo en España se puede observar a partir de diferentes indicadores, como el número de viajeros y pernoctaciones registrados por tipo de alojamiento, la estancia media por alojamiento, así como el grado de ocupación de los establecimientos de turismo rural. Todo ello permite la comparación del verano de 2020 respecto del verano de 2019, haciendo posible el estudio más detallado sobre la evolución del turismo de proximidad en espacios rurales.

Así, con respecto al conjunto de la actividad turística, comparando julio de 2019 y de 2020 (Tabla 3), se observa el descenso de viajeros y pernoctaciones efectuados por los residentes españoles (del -34,2% y -37,6% respectivamente), siendo una caída aún más importante la experimentada por los residentes en el extranjero, es decir, el turismo internacional (con caídas superiores al -80%, tanto en número de viajeros como en pernoctaciones). Por tipología de alojamiento, los hoteles son los que más experimentaron el impacto de la pandemia y las consecuentes restricciones en la movilidad, especialmente por lo que se refiere al turismo internacional. En el otro extremo, estarían los alojamientos de turismo rural que, con respecto a los residentes españoles, prácticamente no varió el número de viajeros (-0,7%) e incluso se incrementaron las pernoctaciones (+18,7%), siendo la única modalidad de alojamiento que vio incrementada la cifra de pernoctaciones de residentes españoles. La bajada de turistas internacionales fue muy notable (-66%), pero no tan marcada como en otras modalidades de alojamiento. Sin embargo, como se puede observar en la Tabla 3, los datos agregados de residentes en España y en el extranjero muestran como el descenso de la demanda fue mucho más suave (10% del número de pernoctaciones) en comparación con los datos globales (con descensos hasta seis veces superiores).

Tabla 3. Viajeros y pernoctaciones por tipo de alojamiento en España en el mes de julio de 2019 y 2020

Tipo de alojamiento	Residentes en España				Residentes en el extranjero				Datos agregados			
	Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Hoteles	3.217.885	5.669.457	7.433.836	14.871.768	1.112.680	6.455.207	4.063.025	28.327.761	4.330.565	12.124.664	11.496.861	43.199.529
Campings	1.011.518	1.026.395	3.955.195	4.465.988	164.554	526.857	1.116.413	3.495.357	1.176.072	1.553.252	5.071.608	7.961.345
Apartamentos turísticos	485.763	672.023	2.175.860	3.374.071	177.781	947.098	1.124.130	6.382.634	663.544	1.619.121	3.299.990	9.756.705
Establecimientos de turismo rural	387.426	390.209	1.297.315	1.092.819	42.666	125.425	165.469	532.136	430.092	515.634	1.462.784	1.624.955
Total Nacional	5.102.592	7.758.084	14.862.206	23.804.646	1.497.681	8.054.587	6.469.037	38.737.888	6.600.273	15.812.671	21.331.243	62.542.534
Total Nacional (variación 2020 / 2019)	-34,2%		-37,6%		-81,4%		-83,3%		-58,3%		-65,9%	
Establecimientos de turismo rural (variación 2020 / 2019)	-0,7%		+18,7%		-66,0%		-68,9%		-16,6%		-10,0%	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2020)

En cuanto los meses de agosto de 2020 y 2019, a escala española los datos ponen en relieve que este mes sigue siendo el mes del año con mayor movimiento turístico (Tabla 4). En relación a la evolución del número de viajeros y pernoctaciones, se observa nuevamente un descenso tanto de los turistas internacionales como de los españoles. Considerando estos últimos, es destacable observar, sin embargo, que el descenso es más suave para el mes de agosto (-21,5% de viajeros y -23,9% de pernoctaciones) en comparación con el mes de julio. Las cifras de los residentes en el extranjero, como ya ocurría en julio de 2020, siguen siendo muy negativas, con descensos por encima del 80% respecto al año anterior. Por tipología de alojamiento, en agosto de 2020 el sector hotelero volvió a ser el que más notó el impacto de la pandemia. Aunque el descenso de esta tipología de alojamiento fue menor en relación a julio, y sobre todo por lo que se refiere a los residentes en España. En cuanto al turismo rural, tal como sucedía en el mes de julio de 2020, en agosto se siguió registrando una tendencia muy diferente respecto al resto de modalidades de alojamiento. Así, según los datos oficiales, las pernoctaciones de residentes españoles aumentaron un 6,8% en relación a agosto del año anterior, aunque el número de viajeros experimentó un descenso del 4,6%. En agosto también se constata una fuerte caída de los turistas extranjeros, pero no tan fuerte como la experimentada en otras modalidades de alojamiento. La caída de viajeros y pernoctaciones, vuelve a ser mucho menor (13,1% de descenso en las pernoctaciones totales) en los establecimientos de turismo rural en comparación con los datos globales nacionales (56,3% de descenso en las pernoctaciones totales en todo tipo de establecimientos) (Tabla 4).

Tabla 4. Viajeros y pernoctaciones por tipo de alojamiento en España en el mes de agosto de 2019 y 2020

Tipo de alojamiento	Residentes en España				Residentes en el extranjero				Datos globales			
	Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Hoteles	4.637.629	6.432.729	12.016.967	18.245.766	1.254.766	6.595.367	4.785.775	28.813.745	5.892.395	13.028.096	16.802.742	47.059.511
Campings	1.372.757	1.451.555	6.205.677	6.919.951	132.919	627.784	1.011.765	3.995.563	1.505.676	2.079.339	7.217.442	10.915.514
Apartamentos turísticos	750.958	834.401	3.879.902	4.581.486	215.147	1.011.163	1.449.128	7.058.603	966.105	1.845.564	5.329.030	11.640.089
Establecimientos de turismo rural	489.507	513.135	1.906.691	1.785.166	42.248	142.802	181.163	617.924	531.755	655.937	2.087.854	2.403.090
Total Nacional	7.250.851	9.231.820	24.009.237	31.532.369	1.645.080	8.377.116	7.427.831	40.485.835	8.895.931	17.608.936	31.437.068	72.018.204
Total Nacional (variación 2020 / 2019)	-21,5%		-23,9%		-80,4%		-81,7%		-49,4%		-56,3%	
Establecimientos de turismo rural (variación 2020 / 2019)	-4,6%		+6,8%		-70,4%		-70,7%		-18,9%		-13,1%	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2020)

En el caso específico de Cataluña, las cifras registradas en la modalidad de alojamiento de turismo rural en verano de 2020 son incluso sensiblemente mejores que las comentadas previamente para el conjunto español. Tanto el mes de julio como el de agosto de 2020 se experimenta un ascenso generalizado en el número de viajeros españoles (23% de incremento respecto al año anterior en ambos meses) y de sus pernoctaciones (48,3 % en julio y 34,5% en agosto). Este segmento de turista nacional contrarresta los efectos de la caída del turismo internacional, que en el mes de julio registró unas caídas muy similares a la media española (67% de descenso de viajeros), pero en agosto fueron superiores (75% de descenso de viajeros y pernoctaciones). El balance global queda compensado y las cifras totales del verano de 2020 en relación a las del verano de 2019 acaban siendo muy similares, sólo constatándose unos ligeros descensos en el número total de pernoctaciones del 1,4% el mes de julio y del 2,4% en el mes de agosto (Tabla 5).

Tabla 5. Viajeros y pernoctaciones en establecimientos de turismo rural en Cataluña en los meses de julio y agosto de 2019 y 2020

	Residentes en España				Residentes en el extranjero				Datos globales			
	Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones		Viajeros		Pernoctaciones	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Mes de julio	45.765	37.150	145.353	98.009	4.748	14.706	22.513	72.178	50.513	51.856	167.866	170.187
Variación julio 2020/ julio 2019	+23,2%		+48,3%		-67,7%		-68,8%		-2,6%		-1,4%	
Mes de agosto	56.516	45.642	250.893	186.541	4.152	16.847	23.641	94.722	60.668	62.489	274.534	281.263
Variación agosto 2020 / agosto 2019	+23,8%		+34,5%		-75,4%		-75,0%		-2,9%		-2,4%	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2020)

El balance turístico del periodo analizado también se puede valorar a partir del indicador de estancia media por alojamiento. Por modalidades, se observa como la estancia media del alojamiento de turismo rural fue superior en julio de 2020 comparado con el anterior año, siendo de 3,4 días y 3,15 respectivamente en el conjunto de España, y de 3,32 días y 3,28 días en el caso de Cataluña. Por el contrario, tanto a escala nacional como catalana, las modalidades de camping, hotel y apartamentos turísticos es donde se aprecia una reducción del número de días. En agosto de 2020 la estancia media por alojamiento presenta una situación similar. Tanto a escala española como catalana, la estancia media es superior respecto al verano 2019. Así, se pasa de 3,66 días a 3,93 días de estancia media estatal en alojamiento rural en el año 2020, y de 4,50 a 4,53 en Cataluña (Tabla 6). Los datos confirman que, comparativamente, los alojamientos hoteleros, de camping y apartamentos turísticos muestran una tendencia más negativa, lo que puede estar motivado por la preferencia de los turistas a evitar zonas comunes de servicios.

Tabla 6. Estancia media (días) por tipo de alojamiento en España y Cataluña en los meses de julio y agosto de 2019 y 2020

	Tipo de alojamiento	Julio 2020	Julio 2019	Agosto 2020	Agosto 2019
Total en España	Establecimientos de turismo rural	3,4	3,15	3,93	3,66
	Hoteles	2,65	3,56	2,85	3,61
	Campings	4,31	5,13	4,79	5,25
	Apartamentos turísticos	4,97	6,03	5,52	6,31
Total en Cataluña	Establecimientos de turismo rural	3,32	3,28	4,53	4,50
	Hoteles	2,43	3,35	2,62	3,45
	Campings	4,73	6,31	5,42	6,68
	Apartamentos turísticos	5,32	6,36	5,9	7,03

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2020)

Por último, el indicador del grado de ocupación en los establecimientos de turismo rural presenta en general una evolución positiva entre los veranos de 2019 y 2020. A escala española los alojamientos de turismo rural en julio de 2020 tienen una ocupación media del 30% de las plazas, un 1% más respecto a julio de 2019, aunque el grado de ocupación en fin de semana se situaba en el 41,2%, con una disminución anual del 3%, lo que indicaría una mejor distribución del empleo en días laborables. El grado de ocupación presenta un comportamiento similar por el mismo territorio en agosto de 2020, con un cierto retroceso del total de plazas ocupadas. Por lo que se refiere a Cataluña, los valores muestran una tendencia positiva en cuanto al empleo de plazas totales, plazas el fin de semana y habitaciones si se compara el verano de 2020 con el de 2019. De acuerdo con las cifras del INE, los valores de julio de 2020 mejoran un 3% el grado de ocupación de las plazas totales de julio de 2019, con cifras muy similares para los fines de semana, mientras que en agosto de 2020 también se observa una ocupación más elevada que agosto de 2019 (la ocupación de las plazas totales también incrementa un 3% como en el mes de julio, pasando del 47,2% al 50,5%), destacando los porcentajes de plazas de fin de semana (56,5% respecto al 47,3% del año anterior). El grado de ocupación por habitaciones también se incrementa, pasando del 56,8% al 63,1% de (Tabla 7).

Tabla 7. Grado de ocupación (%) en los establecimientos de turismo rural en España y Cataluña en los meses de julio y agosto de 2019 y 2020

Territorio	Grado de ocupación			Grado de ocupación		
	Plazas	Plazas el fin de semana	Por habitaciones	Plazas	Plazas el fin de semana	Por habitaciones
	julio 2019			Agosto 2019		
Total en España	29,2	44,3	35,1	42,8	45,4	51,2
Total en Cataluña	28,8	48,8	34,2	47,2	47,3	56,8
	Julio 2020			Agosto 2020		
Total en España	30,1	41,2	38,1	41,6	48,41	52,1
Total en Cataluña	31,9	48,9	39,9	50,5	56,5	63,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2020)

V. ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL EN CATALUÑA EN VERANO DE 2020

La investigación analiza la oferta de alojamiento del turismo rural en Cataluña los meses de julio y agosto del año 2020, su demanda, y la relación de ambas -oferta y demanda- con el desarrollo territorial sostenible a partir de la realización de una encuesta a los alojamientos de turismo rural y, complementariamente, con el análisis de los mensajes expresados por los usuarios en la red Twitter en relación a la temática de estudio.

5.1 La encuesta a alojamientos de turismo rural

La realización de la encuesta a los responsables de la gestión de establecimientos de turismo rural en Cataluña permitió obtener información representativa sobre el comportamiento experimentado en verano de 2020, y observar asimismo los cambios ocurridos respecto a la temporada de verano de 2019. Esto se consiguió tanto con el análisis cuantitativo de las respuestas numéricas del cuestionario como con los comentarios de carácter más cualitativo expresados en la pregunta del cuestionario que permitía a los encuestados realizar una respuesta abierta.

Una vez finalizado el periodo de recogida de encuestas se obtuvieron un total de 89 cuestionarios rellenados. En primer lugar, haciendo una lectura territorial de las respuestas obtenidas, se observa que éstas se distribuyen en 24 de las 42 comarcas catalanas. Esto hace que se pueda captar la opinión de los gestores de la mayoría de las comarcas que tienen un peso importante de alojamientos turísticos rurales, y que son las que acumulan unitariamente entre el 2% y el 6% de la oferta registrada en Cataluña (Departament d'Empresa i Coneixement, 2020), por lo que la muestra es representativa del conjunto del sector. En segundo lugar, los resultados de la encuesta evidencian que los gestores de alojamiento de turismo rural en Cataluña experimentaron cambios en relación al alojamiento de la temporada de verano de 2020, con un comportamiento similar e incluso un incremento de la actividad económica generada en comparación con el verano de 2019. Así, casi tres cuartas partes de los encuestados (73%) manifestaron que las cifras fueron iguales o superiores en el número de reservas respecto al verano anterior. De hecho, aproximadamente una cuarta parte del total (el 24,7%) declaró que hubo un aumento superior al 20% en las reservas. Por el contrario, un 27% de los encuestados afirmó que la actividad disminuyó en comparación con el verano 2019. Concretamente, un 19,1% manifestó que se produjo un descenso superior al 20% de la actividad (Figura 1). Estos datos estarían alineados con las cifras oficiales explicadas en el

epígrafe anterior, evidenciando que la temporada de verano de 2020 fue una temporada que, en términos generales, se podría calificar de positiva para los establecimientos de turismo rural en Cataluña, considerando el contexto general negativo para el conjunto del sector turístico, tanto en Cataluña como en el conjunto de España.

Figura 1. Cambios en las reservas de alojamiento en los establecimientos de turismo rural en Cataluña en la temporada de verano de 2020 en comparación con el verano de 2019



Elaboración propia

A pesar de este balance satisfactorio de la temporada de verano de 2020, cabe mencionar las situaciones dispares según la tipología de alojamiento de turismo rural y la contratación del servicio. En verano de 2020 los alojamientos de turismo rural que prestaban un alquiler/servicio de vacaciones íntegro (de cesión de la vivienda entera sin compartir espacios con otros usuarios y equipamientos comunitarios) mejoraron sus resultados/ingresos, dando respuesta a las necesidades de la demanda que, con el nuevo contexto derivado de la pandemia comenzó a priorizar de forma más destacada que antes aspectos como la tranquilidad, la baja masificación y la poca exposición social que ofrece este tipo de alojamiento turístico.

El servicio de la casa compartida y/o disponibilidad de elementos complementarios como es la piscina (solicitada en la temporada alta estival) son aspectos que valora la demanda, y condicionan la actividad generada por el establecimiento de turismo rural, tal como refiere una de las personas encuestadas:

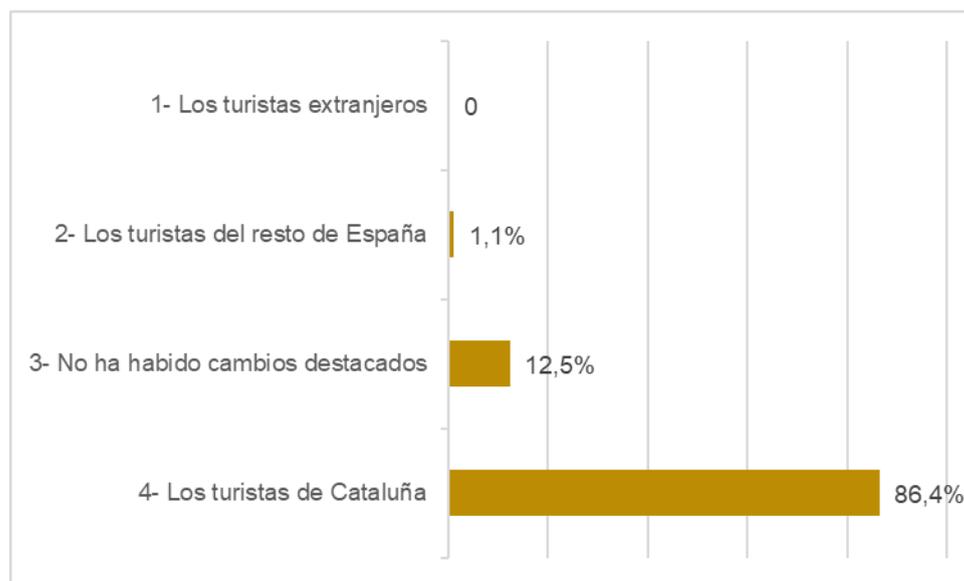
“Se ha experimentado un aumento en general [en alusión a la actividad generada en establecimientos de turismo rural] menos en la modalidad de casa compartida, todo el mundo pide alojamiento independiente y con piscina, nosotros ofrecemos la piscina del pueblo, que este año ha estado cerrada, y tenemos casa compartida lo que ha hecho que hayamos tenido muy pocos clientes.” (Encuesta nº 4)

A esto se añadió el hecho de que los cambios normativos y los protocolos de seguridad por parte de las instituciones en verano de 2020 hicieron que, aunque las peticiones y las ocupaciones fueran buenas, algunos alojamientos de alquiler por habitaciones redujeran su

capacidad bloqueando algunas habitaciones como medida de seguridad, así como para poder ofrecer el servicio de comedor evitando aglomeraciones.

En tercer lugar, la encuesta a los gestores trató los cambios observados en relación con la procedencia de la demanda. De aquí se desprende que en la temporada de verano de 2020 el turista interno catalán aumentó respecto al 2019. La gran mayoría de los encuestados (86,4%) destacaron que la demanda interna (en este caso, catalana) había crecido. Sin embargo, un 12,5% manifestaron que no habían vivido cambios respecto a la temporada anterior. Y, finalmente, son pocos (un 1%) los que relacionan un crecimiento de la demanda con turistas del resto de España (Figura 2). Estos resultados confirman lo que las estadísticas oficiales ya habían apuntado, en relación con la fuerte caída del turismo internacional y su compensación por el turismo doméstico, aunque con la encuesta se confirma que este segmento es, sobre todo, de proximidad. Los motivos por los que se produce este aumento de la demanda del turismo rural de proximidad hay que enmarcarlos en el contexto propiciado por la pandemia, asociado sobre todo al riesgo a viajar lejos percibido por los turistas, que provoca la búsqueda de destinos seguros cercanos al lugar de residencia, al tiempo que hay una tendencia a una mayor valoración de destinos que hasta ahora eran opciones secundarias, como había sido el caso concreto del turismo rural.

Figura 2. Crecimiento de la demanda según origen en la temporada de verano de 2020 en comparación con la temporada de verano de 2019



Elaboración propia

En ningún establecimiento de turismo rural, como era de esperar, hubo un aumento de los turistas extranjeros. Este hecho tuvo repercusión en los establecimientos y en el número de cancelaciones de reservas, sobre todo de aquellos establecimientos que dependían fuertemente del mercado internacional. Algunos de los encuestados lo reflejaron de forma elocuente en sus respuestas:

“Hemos tenido una cancelación del 100% de las reservas del verano ya que todas eran de origen extranjero. Y aunque hemos compensado con algunas reservas por parte del turismo español, en comparación con el verano del año pasado, ha habido una disminución del 60%.” (Encuesta nº 61);

“Tenía reservas de clientes extranjeros, todas han sido anuladas.” (Encuesta nº 14);

“Cerré mi casa rural en marzo [de 2020] y todavía no he abierto. Mis huéspedes eran un 90% extranjeros y las reservas que tenía se anularon todas.” (Encuesta nº 68).

Esta problemática se puede relacionar principalmente con los establecimientos de turismo rural que habían indicado un descenso en su actividad, pero también tiene mucho que ver su localización geográfica. Así, en la mitad de los casos que se afirma que la actividad fue inferior en comparación con el verano de 2019, su ubicación territorial coincide con las comarcas de Girona (el resto se distribuye de forma relativamente homogénea por todo el territorio), que es donde los alojamientos son más dependientes, por proximidad geográfica, del mercado europeo -especialmente del mercado francés- y/o tienen vínculos con algún operador extranjero con reservas hechas para estos clientes intermediarios. La dependencia del mercado internacional llevó en consecuencia a la readaptación de la oferta a la demanda interna:

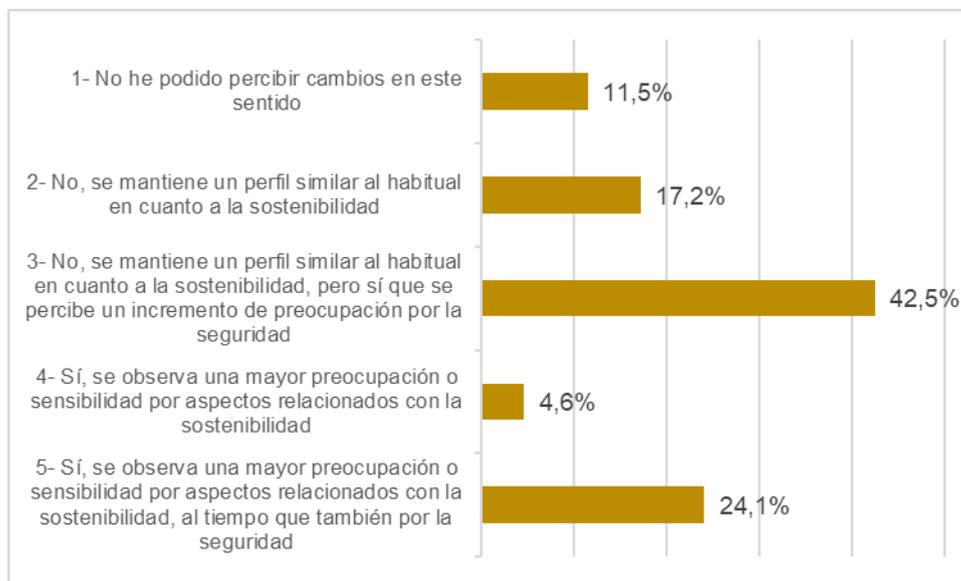
“En verano siempre hemos trabajado con un turismo familiar de proximidad (Cataluña, España y Francia) de mínimo 7 noches. En marzo [de 2020], al confinarnos, se anularon todas las reservas de franceses y belgas y volvimos a llenar muy rápidamente (entre marzo y abril) con clientes catalanes, la mayoría de Barcelona y Tarragona. La diferencia es que los franceses cuando vienen van a todas partes: Sitges, Barcelona, Montserrat, Tarragona...Este verano las familias se han quedado por el Penedès, la mayoría ni han salido de la finca.” (Encuesta nº30).

La última parte de la encuesta pretendía conocer mejor la relación de los establecimientos de turismo rural con las prácticas sostenibles. En relación a este aspecto, primeramente, se preguntó si los propietarios y/o gestores de los establecimientos de turismo rural habían realizado desde el desconfinamiento algún tipo de comunicación promocional a propósito, por ejemplo, a través de su página web o de las redes sociales, destacando aspectos relacionados con la sostenibilidad y la seguridad de su tipología de alojamiento, con el objetivo de diferenciarse de otras tipologías de turismo, como por ejemplo la de sol y playa o la urbana. En este sentido, la mayoría de los encuestados (el 68,5%) reconocieron no haberlo hecho, pero el resto (tres de cada diez encuestados, el 31,5%) sí que afirmaron haber realizado alguna promoción adrede destacando aquellos aspectos relacionados con la sostenibilidad y la seguridad, lo que demostraría que desde el sector hay una cierta conciencia sobre el rol que el turismo rural lleva a cabo o puede llevar a cabo en el impulso de un turismo más sostenible y seguro.

En segundo lugar, también en relación con la sostenibilidad, se preguntó a los gestores de los establecimientos de turismo rural sobre su percepción en relación a si habían observado una mayor preocupación o sensibilidad por aspectos relacionados con la sostenibilidad entre los clientes que habían tenido durante el verano de 2020. Un 28,7% de los encuestados (suma de las respuestas 4 y 5, Figura 3) confirmaron que sus huéspedes habían mostrado una mayor predisposición para las prácticas de ocio sostenibles. Sin embargo, la mayoría de los encuestados (el 59,7%) consideró que la preocupación por el turismo sostenible se mantuvo de forma similar en comparación con la temporada precedente (suma de las respuestas 2 y 3). Esto se debe a que hay un número destacado de encuestados que opina que los clientes dan por supuesta la gestión sostenible y responsable en esta tipología de alojamientos, tal como refleja la opinión de una de las personas encuestadas:

“Nuestros huéspedes normalmente ya están concienciados y por eso no hemos notado un cambio notable en este aspecto” (Encuesta nº 87).

Figura 3. Cambios percibidos por los gestores de los establecimientos de turismo rural en Cataluña sobre la preocupación o sensibilidad con la sostenibilidad y seguridad por parte de los clientes en verano de 2020



Elaboración propia

La necesaria adaptación a las restricciones derivadas de la pandemia, y sobre todo lo relacionado con la seguridad pasa a tener notoriedad. En este sentido, el 66,6% de los encuestados (suma de las respuestas 3 y 5) revelan que, independientemente de si la práctica turística sostenible se mantuvo o subió, lo que sí se percibió fue un aumento de la preocupación por la seguridad. Los comentarios expresados por los propios encuestados así lo reflejan:

“Hay clientes que sí se preocupan por un turismo más sostenible; otros no. Todos querían escapar un rato de la angustia que fue el confinamiento y de lo que llaman la nueva normalidad” (Encuesta nº 60);

“Hay una preocupación por si habrá más gente en la casa. [Los huéspedes] Querían estar solos” (Encuesta nº 72);

“Mucha demanda de gente no usuaria tradicional del turismo rural, por ser uno de los destinos más seguros, nada que ver con temas de naturaleza o sostenibilidad” (Encuesta nº 89).

En todo caso, relacionado con la seguridad y la sostenibilidad, la encuesta refleja que se produjo un ascenso de un turismo más cercano, siendo el turismo rural una de las opciones más atractivas cuando hablamos de turismo de proximidad, tal como lo manifestaron algunos de los gestores de los establecimientos encuestados:

“Algunos turistas han descubierto otra Cataluña [el entorno rural] con interés; otros, sencillamente han ido donde han podido, buscando tranquilidad, salir de casa, sobre todo” (Encuesta nº 58).

5.2 Análisis de la red social Twitter

El análisis de la red social Twitter a partir de las palabras clave o *hashtags* “#turismo rural” y “#turismo sostenible” en los períodos de julio y agosto de 2019 y 2020 (limitados a Cataluña) permite analizar la información con respecto a su número de publicaciones (análisis cuantitativo) y observar la generación de contenidos en cuanto “quien publica y qué” (análisis cualitativo); sin valorar en esta investigación los impactos y la viralización (*retweets*, comentarios...) de los mensajes. Para el análisis se organiza la información según la tipología de usuario. Se diferencia en primer lugar la administración pública (como puede ser el gobierno autonómico, las diputaciones provinciales, los consejos comarcales, los ayuntamientos, o los centros de enseñanza y formación, como por ejemplo las universidades). En segundo lugar, la empresa privada (los establecimientos de turismo rural, los restaurantes, el comercio, los museos, los medios de comunicación, o las entidades culturales) así como las asociaciones que hacen la promoción territorial turística. Y, finalmente, los particulares. En su conjunto, se dividen los *tweets* según el objetivo, sea este de tipo promocional u otros como los de carácter informativo, formativo o de opinión.

Así, por un lado, el estudio de los mensajes publicados a partir de la búsqueda “#turismo rural” en el contexto geográfico de Cataluña lleva a observar como la generación de mensajes en la red Twitter registró menos actividad en verano 2020 que en verano de 2019. Así el total de *tweets* pasó de 202 en 2019 a 115 en 2020, siendo una bajada más importante para el mes de julio. En cuanto la tipología de usuarios destaca la proporción de mensajes emitidos por parte de los propietarios o gestores del alojamiento de turismo rural, con casi 3 de cada 4 *tweets* de los que contenían “#turismo rural” (a excepción de agosto 2020). Si a la tipología alojamiento de turismo rural se le unen los valores de otras empresas o asociaciones dinamizadoras de la actividad turística, el porcentaje de los *tweets* asciende a más del 90% en julio de 2019 y 2020 y casi el 80% en agosto de 2019 y 2020 (Tabla 8).

Tabla 8. Publicación de *tweets* en verano 2019 y 2020 en el ámbito de Cataluña a partir de *#turismo rural*

Período	Número de <i>tweets</i>	Tipología de agente				Objeto del <i>tweet</i>	
		Administración pública	Alojamiento de turismo rural	Otras empresas o asociaciones	Particular	Promocional	Otros
Julio 2019	111	4	75	32	0	94	17
	%	3,6	67,6	28,8	0,0	84,7	15,3
Julio 2020	56	4	40	12	0	54	2
	%	7,2	71,4	21,4	0,0	96,4	3,6
Agosto 2019	91	9	64	7	11	78	13
	%	9,9	70,3	7,7	12,1	85,7	14,3
Agosto 2020	59	3	32	13	11	46	13
	%	5,2	54,2	22,0	18,6	78,0	22,0

Elaboración propia

El objetivo de los *tweets* que incluyen “#turismo rural” es eminentemente de tipo promocional tanto en verano 2019 como 2020. El contenido de este tipo de *tweets* realza el patrimonio natural de los entornos rurales y la conexión con las experiencias relacionadas con el agroturismo, el enoturismo o la realización de actividad física y deportiva (senderismo o

cicloturismo) propia del entorno: “la #casa de #turismo rural está rodeada de frutales y es ideal si eres amante del #cicloturismo o del #senderismo” (Tweet nº 12). Con la diferencia que en verano de 2020 los mensajes promocionales acentúan la práctica turística de proximidad: “Este #verano es un buen momento para descubrir lo que tienes más cerca. Con una propuesta de #turismo rural, en el #Penedès, entre #viñedos, en una finca 100% #ecológica. Ahora toca #turismo #sostenible y de #proximidad ”(Tweet nº 32, traducido del catalán).

Por otro lado, la observación de publicaciones en ambos veranos (2019 y 2020), a partir de la búsqueda “#turismo sostenible” en el ámbito catalán, hace posible constatar que el número de mensajes es menor (109) en relación a la actividad generada por la palabra clave “#turismo rural”. Ahora bien, una diferencia remarcable es que la generación de tweets va en aumento cuando se comparan los veranos de 2019 (con un total de 37 mensajes) y de 2020 (con 72 mensajes). En cuanto a la tipología de usuarios, destaca los mensajes por parte de las empresas y las asociaciones dinamizadoras de la actividad turística, acumulando entre el 60% y el 70% de los tweets en julio de 2019 y 2020, y de entre el 50% y 40% en agosto de 2019 y 2020. La presencia de los propios propietarios o gestores del alojamiento turismo rural es con esta búsqueda mucho más baja o nula. En cambio, gana protagonismo la actividad de la administración, pasando de cerca del 15% (verano 2019) al 30% (verano 2020) (Tabla 9).

Tabla 9. Publicación de tweets en verano 2019 y 2020 en el ámbito de Cataluña a partir de #turismo sostenible

Período	Número de tweets	Tipología de agente				Objeto del tweet	
		Administración pública	Alojamiento de turismo rural	Otras empresas o asociaciones	Particular	Promocional	Otros
Julio 2019	21	3	4	12	2	12	9
	%	14,4	19,0	57,1	9,5	57,1	42,9
Julio 2020	40	9	0	27	4	24	16
	%	22,5	0,0	67,5	10,0	60,0	40,0
Agosto 2019	16	2	0	8	6	1	15
	%	12,5	0,0	50,0	37,5	6,2	93,8
Agosto 2020	32	13	1	12	6	18	14
	%	40,6	3,1	37,5	18,8	56,2	43,8

Elaboración propia

El objetivo de los tweets que incluyen la palabra clave “#turismo sostenible” es mayoritariamente de tipo promocional, aunque ganan peso los mensajes de información general, noticias de actualidad (medios de comunicación), formación y educación, sensibilización, opinión y política. La actividad generada en Twitter pone el foco en los productos locales y el consumo de proximidad, lo que pretende fortalecer el tejido productivo local: “Este año, #vacaciones de proximidad, jecha una mano a los pequeños productores de #turismo de casa!” (Tweet nº 182, traducido del catalán).

Sin embargo, el grueso de las comunicaciones pone el interés en los aspectos ambientales y ecológicos, independientemente del entorno (rural o no), además de potenciar los criterios de justicia social y diversificación de la economía: “Ya sean de interior o de costa, las vacaciones de proximidad nos ofrecen la oportunidad de poner en práctica los valores de un turismo responsable y sostenible universal que garantice el mínimo impacto posible sobre

el medio ambiente” (*Tweet* nº 228, traducido del catalán). En este sentido, las administraciones y los centros educativos hacen visible su oferta de asesoramiento y formación para la promoción del consumo responsable y respetuoso.

VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la primera parte del año 2020, y como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID-19, se produjo un descenso importante e imprevisto de los viajes turísticos tanto nacionales como internacionales en todo el planeta, con notables repercusiones para el sector. Todo ello llevó, en un contexto de desconfinamiento en verano de 2020, a un incremento del turismo de proximidad, dirigido sobre todo hacia los espacios rurales y naturales. La investigación realizada plantea la hipótesis de que el turismo de proximidad aumentó en el verano de 2020 en Cataluña, haciendo que los espacios rurales salieran beneficiados en cuanto a la generación de actividad, posibilitando además la consolidación de prácticas turísticas sostenibles en esos entornos.

El análisis del turismo de proximidad en Cataluña en entornos rurales se realizó, por un lado, a partir del trabajo de búsqueda documental y estadística y, por otro lado, se realizó una encuesta a los gestores de los establecimientos de turismo rural referida la temporada de verano. Finalmente, para conocer las tendencias tanto de la oferta como de la demanda se analizaron los comentarios realizados por los usuarios sobre el turismo rural y el turismo sostenible en Cataluña en las redes sociales, y en concreto en Twitter.

Los resultados de esta investigación llevan a determinar que la temporada turística de verano (julio y agosto) de 2020 fue positiva para el turismo rural en Cataluña, tanto si se consideran diferentes indicadores de fuentes estadísticas oficiales como por los resultados obtenidos de la encuesta realizada expresamente para esta investigación. A partir del indicador viajeros y pernoctaciones en diferentes tipologías de alojamiento, el análisis ha permitido constatar como los establecimientos de turismo rural fueron los que de manera más clara notaron menos la caída de la actividad, en comparación, sobre todo, con los establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos, que experimentaron bajadas muy significativas durante los dos meses analizados, tanto para el conjunto de España como para Cataluña, en particular. El caso de los campings se encuentra en una situación intermedia. Estos datos nos indican que la situación generada por la pandemia tendió a favorecer principalmente las modalidades de alojamiento turístico consideradas menos masificadas y/o más cercanas a la naturaleza y, por tanto, aquellas que tienen una conexión más clara con aspectos asociados a la sostenibilidad y la seguridad (sanitaria).

En relación a la modalidad de alojamiento de turismo rural, es interesante destacar dos hechos relevantes. Por un lado, el hecho de que la demanda interna (de los residentes en Cataluña y España) creció de una forma destacada en relación al verano de 2019 y compensó, parcialmente, las caídas dramáticas de las llegadas y pernoctaciones de turistas extranjeros. Esta es, por tanto, la modalidad de alojamiento que más claramente se beneficia del incremento del llamado turismo de proximidad, lo que denota, enlazando con la reflexión anterior, que la demanda surgida del post confinamiento valoró de manera más destacada los destinos cercanos y los alojamientos menos masificados y situados en entornos rurales y naturales.

Por otro lado, cabe destacar el hecho de que el número total de pernoctaciones del verano de 2020 en Cataluña es casi el mismo que el registrado el verano anterior, lo que contrasta con la media registrada por el conjunto del turismo rural en España (-1,4% de descenso en Cataluña el mes de julio *versus* -10% de descenso para el conjunto de España; -2,4% de descenso en Cataluña el mes de agosto *versus* -13,1% de descenso por el conjunto de España). Una posible interpretación sobre estas diferencias habría que buscarla en el hecho de que el segmento de la demanda que más creció por este tipo de alojamiento, de acuerdo con los resultados de nuestra encuesta, fue el propio mercado catalán (mercado de mayor proximidad), que se encuentra muy concentrado en la región metropolitana de Barcelona, conformando un mercado potencial muy grande (de aproximadamente unos 5 millones de personas). La mayor parte de comarcas donde hay oferta de turismo rural en Cataluña están situadas a una distancia espacial y temporal que encaja dentro de lo que se podría llamar turismo de proximidad (entre una y tres horas de tiempo de desplazamiento en la mayoría de los casos desde la metrópoli barcelonesa). Por comparación, otros muchos destinos de turismo rural de España no disponen de esta proximidad con las principales regiones metropolitanas del país. Así pues, aunque habría que realizar estudios complementarios a éste para poder validar esta hipótesis, los destinos de turismo rural más remotos serían los que potencialmente se habrían visto menos beneficiados en este escenario.

Otros indicadores que muestran la tendencia positiva del turismo rural en Cataluña, y también en el resto de España, durante el verano de 2020 son el incremento tanto de la estancia media de los turistas como del grado de ocupación de los establecimientos de alojamiento en relación a las cifras correspondientes al verano anterior. En las otras modalidades de alojamiento turístico estos indicadores tienen la tendencia opuesta, dato que refuerza la idea de que el turismo rural presenta un marcado carácter resiliente.

La encuesta realizada a las personas responsables de la gestión de establecimientos de turismo rural en Cataluña también ha puesto de manifiesto el reconocimiento que hay desde el propio sector del papel que juegan este tipo de establecimientos y destinos rurales en la promoción de un turismo sostenible y seguro en tiempo de pandemias, destacando que durante la temporada de verano de 2020 la preocupación de la demanda en materia de seguridad creció de forma evidente, mientras que también lo hizo, pero no de forma tan marcada, la preocupación por aspectos relacionados con la sostenibilidad (en parte, porque la demanda de este segmento del mercado turístico ya valora de forma habitual en su decisión de compra del producto la calidad del entorno, la autenticidad de la experiencia, la no masificación del destino, etc.). Sin embargo, hay que prestar atención a este nuevo perfil de la demanda que puede valorar de forma creciente los aspectos asociados a la seguridad, más que a la sostenibilidad. En cualquier caso, ambos factores deberán ser clave en las nuevas estrategias de promoción y diferenciación del sector. En este sentido, el hecho de que sólo el 31% de los encuestados utilizó durante el verano de 2020 su web o las redes sociales para promocionar y destacar el sector como referente en sostenibilidad y seguridad frente otras modalidades de alojamiento y otros tipos de destinos, denota que todavía hay margen para seguir profundizando en esta línea, aunque sean aspectos que a menudo se dan por supuestos dentro del propio sector.

La reflexión apuntada en el párrafo anterior en relación con la intensidad y visibilidad de la práctica turística sostenible aparece también en la red social Twitter en los veranos de 2019 y 2020. Así, el análisis hace evidente que los gestores de alojamiento turístico rural en el

ámbito de Cataluña incluyen información que realza las características del entorno y patrimonio natural y la práctica turística (como la poca densificación, la tranquilidad o el contacto con la naturaleza), que son aspectos conceptualmente asociados a la sostenibilidad. Este hecho aparece notoriamente con la palabra clave o *hashtag* “#turismo rural”. Más del 50% de los mensajes observados en los períodos de verano de 2019 y 2020 (en julio de 2020 se sobrepasó el 70%) corresponden a los usuarios tipo gestores y/o propietarios de establecimientos de turismo rural. La comunicación hecha por parte de estos usuarios tenía por objetivo hacer la promoción del destino turístico en ámbito natural.

En cuanto a usuario y tipología, la situación cambia cuando se observan los contenidos en Twitter a partir de la palabra clave “#turismo sostenible”. El peso de los mensajes por parte del conjunto de los gestores y/o propietarios de establecimientos de turismo rural es bajo o nulo, siendo en cambio la administración y otras empresas que forman parte de la oferta las que toman protagonismo. Este tipo de comunicaciones son de tipo informativo a través de los medios de comunicación y de carácter sensibilizador y formativo a través de la administración pública. Destaca precisamente el papel creciente que adquiere la administración, concentrando prácticamente el 40% de los mensajes en el mes de agosto de 2020.

En definitiva, la investigación ha puesto en evidencia que en la era post COVID-19 un turismo más cercano está ganando peso en muchos territorios y en particular en Cataluña, siendo el turismo rural una de las opciones más atractivas cuando hablamos de turismo de proximidad, un turismo que puede ayudar a hacer frente a la caída de los viajes de larga distancia que caracterizan el turismo internacional. Al mismo tiempo, el turismo rural es el que muestra tener una mayor capacidad de convertirse en un sector resiliente ante crisis repentinas e imprevistas, como la producida con la reciente pandemia. Eso es así siempre y cuando no esté sujeto a las restricciones de movilidad territorial con confinamientos municipales o comarcales. Esto es determinante para que el desarrollo de la actividad turística de alojamientos rurales tenga una tendencia positiva a lo largo de todo el año y no solamente en algunos momentos (la temporada alta de verano de 2020, por ejemplo), como se ha demostrado en esta investigación. Pues la valoración de la actividad de los alojamientos de turismo rural para el conjunto del año 2020 presenta una tendencia negativa, de acuerdo con diferentes indicadores de balance (Domínguez, 2021).

Uno de los principales retos que tiene por delante el turismo rural en Cataluña es, pues, la consolidación como un referente de turismo sostenible, seguro y de proximidad, por lo que gane peso relativo en el mercado turístico global de la región, pero manteniendo al mismo tiempo la calidad de sus productos y servicios, incrementando el grado de ocupación y disminuyendo la estacionalidad. Que actúe, en definitiva, como una auténtica herramienta de desarrollo local y territorial. Asimismo, si se quiere favorecer la sostenibilidad del territorio habrá que dedicar esfuerzos y recursos para la gestión de la actividad turística y de las prácticas de ocio en entornos rurales y naturales, de forma que se pueda hacer frente a la creciente demanda de estas actividades, sobre todo en determinados entornos que pueden correr el riesgo de sufrir problemas de saturación turística experimentados en otros tipos de destinos más maduros. En definitiva, el turismo rural, por sus propias características, en las que prima más la calidad que la cantidad, nunca podrá aspirar a sustituir otras modalidades turísticas, pero sí contribuir a consolidar un cambio de modelo turístico más general.

Por todo ello, se hace más evidente que nunca la necesidad de decantarse de forma decidida por un cambio de modelo turístico a nivel de país que apueste por la calidad más que

por la cantidad, que apueste de forma clara por una sostenibilidad real, que no sea una simple etiqueta. En esta línea se pronunciaron numerosas personas e instituciones que firmaron en septiembre de 2020 el llamado “Manifiesto Descubrir” (<http://manifest.descobrir.cat/>), un documento que reclama un cambio urgente de modelo turístico en Cataluña. En concreto, pide que se implementen diferentes medidas en las políticas de turismo y territorio, como la incorporación de los criterios de sostenibilidad en las políticas de turismo, la promoción del turismo de proximidad como objetivo de desarrollo territorial, el aumento de la calificación de los negocios turísticos y la sustitución de los puestos de trabajo precarios para empleo de calidad, así como la ordenación de la actividad turística para combatir la masificación.

Por último, cabe resaltar que el turismo, y el turismo rural en particular, tal como ya se ha dicho, puede ser una buena herramienta para el desarrollo local, pero, como ha demostrado esta crisis, no debería ser la única. Habrá que buscar un equilibrio necesario en cada territorio. Aquí entran en juego las políticas de planificación y gestión del turismo en clave de sostenibilidad y resiliencia, que tendrán que implementarse con las adecuadas fórmulas de gobernanza, que integren los sectores público y privado de forma coordinada. En definitiva, todos los agentes, incluyendo aquí los investigadores, tenemos una tarea de una gran responsabilidad: ayudar a reconducir el turismo -tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda- hacia escenarios realmente sostenibles y resilientes ante un futuro cambiante y lleno de nuevos retos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brouder, P. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490. doi: 10.1080/14616688.2020.1760928.
- Cànoves, G., Villarino, M., y Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217.
- Cànoves, G., Villarino, M., Blanco-Romero, A., De Uña, E., y Espejo C. (Eds.) (2014). *Turismo de Interior: Renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Cañada, E. (2020). Turismos de proximidad, un plural en disputa. *Alba Sud*, 08-07-2020. Recuperado de <http://www.albasud.org/blog/es/1236/turismos-de-proximidad-un-plural-en-disputa>.
- Clemente, P. (2020). El turisme rural català salva els mobles al juliol gràcies als catalans. *Ara*, 31/08/2020. Recuperado de https://www.ara.cat/economia/turisme-rural-catala-juliol-covid19-coronavirus_0_2518548196.html.
- Departament d'Empresa i Coneixement (2020). *Estadístiques de l'oferta municipal d'establiments turístics*. Recuperado de <https://empresa.extranet.gencat.cat/omet/AppJava/lIlistatCa.jsp?pst=1>.
- Domínguez, J. (2021). El turismo rural pena tras un buen verano. *El País*, 06-03-2021. Recuperado de <https://elpais.com/economia/2021-03-05/el-turismo-rural-pena-tras-un-buen-verano.html>

- Escapada Rural (2020). *Estudio sobre el turismo rural post COVID-19*. Recuperado de <https://www.escapadarural.com/blog/estudio-turismo-rural-post-covid-19/>.
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blázquez-Salom, M., y Blanco-Romero, A. (2020). Tourism, Degrowth, and the COVID-19 Crisis. *Political Ecology Network*, 24-03-2020. Recuperado de <https://politicalecologynetwork.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-covid-19-crisis/>.
- Garay, L., y Cànoves, G. (2010). Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de evolución del destino turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 52, 43-58.
- Gutiérrez, M. (2020). Italia se suma a la oleada europea de barreras turísticas a España. *La Vanguardia*, 12-08-2020. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/economia/20200812/482792230505/italia-se-suma-a-la-oleada-europea-de-barreras-turisticas-a-espana.html>.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020a). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. doi: 10.1080/14616688.2020.1757748.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020b). The end of global travel as we know it: an opportunity for sustainable tourism. *The Conversation*, 17-03-2020. Recuperado de <https://theconversation.com/the-end-of-global-travel-as-we-know-it-an-opportunity-for-sustainable-tourism-133783>
- Hosteltur (2020). Cataluña cerró 2019 con récord de turistas extranjeros y gasto. *Hosteltur.com*, 18-01-2020. Recuperado de https://www.hosteltur.com/133926_cataluna-cerro-2019-con-record-de-turistas-extranjeros-y-gasto.html
- Ibanescu, B., Stoleriu, O.M., Munteanu, A., y Iatu, C. (2018). The impact of tourism on sustainable development of rural areas: evidence from Romania. *Sustainability*, 10, 3529.
- IDESCAT (2020a). *Població ocupada en el sector turístic. Per sexe i situació professional*. Recuperado de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=conj&n=10215&t=201904>
- IDESCAT (2020b). *Visitants estrangers. Turistes i excursionistes*. Recuperado de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=conj&n=10305&tema=TURIS&col=1>
- IDESCAT (2020c). *Turistes estrangers. Despesa declarada*. Recuperado de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=conj&n=10305&tema=TURIS&col=1>
- Ioannides, D.; Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624-632.
- INE (2020). *Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural*. Recuperado de https://ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863
- Izcará, C., y Cañada, E. (2020). Staycation: ¿una forma de entender el turismo de proximidad?. *Alba Sud*, 17-04-2020. Recuperado de <http://www.albasud.org/noticia/1203/staycation-una-forma-de-entender-el-turismo-de-proximidad>

- Jamal, T., y Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, 6(2), 181-188.
- Klein, N. (2020). Coronavirus capitalism and how to beat it. *The Intercept*, 16-03-2020. Recuperado de <https://theintercept.com/2020/03/16/coronavirus-capitalism/>.
- Lew, A. (2020). How to Create a Better Post-COVID-19 World. *Medium*, 16-03-2020. Recuperado de <https://medium.com/@alanalew/creating-a-better-post-covid-19-world-36b2b3e8a7ae>.
- López, H. (2020). BCN vacía, el Montseny colapsado. *El Periódico*, 19-10-2020. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20201018/barcelona-vacia-el-montseny-colapsado-8161939>.
- Murray, I. (2015). *Capitalismo y turismo en España. Del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Navarro, E., Ortega Palomo, G., y Torres Bernier, E. (2020). *Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación*. Málaga: Universidad de Málaga. Recuperado de https://www.i3t.uma.es/wp-content/uploads/2020/03/Propuestas-Reflexiones-Turismo-ImpactoCOVID_i3tUMA.pdf
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656. doi: 10.1080/14616688.2020.1757749
- Rajmil, D. (2020). ¿Apostaremos por el turismo sostenible cuando el confinamiento finalice? *La Vanguardia*, 28-03-2020. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/economia/20200328/48105019477/fin-confinamiento-apostar-turismo-sostenible-brl.html>
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.
- Romagosa, F., Mendoza, C., Mojica, L., y Morén-Alegret, R. (2020). Inmigración internacional y turismo en espacios rurales. El caso de los "micropueblos" de Cataluña. *Cuadernos de Turismo*, 46, 319-347.
- Romagosa, F., Priestley, G., y Llurdés, J.C. (2011). El turismo en el marco de una estrategia de planificación sostenible general en Cataluña. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57, 267-293.
- Somoza Medina, M., y Somoza Medina, X. (2020). Resiliencia territorial y sostenibilidad en la España vaciada. En G.X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralla y M. Blázquez-Salom (Eds.). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31, 31-42.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2020). *Impact assessment of the COVID 19 outbreak on international tourism*. Madrid: UNWTO.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Londres: Sage.
- Villaécija, R. (2020). Una veintena de países Schengen ya tiene cuarentenas o restricciones a los viajes a España. *El Mundo*, 10-09-2020. Recuperado de <https://www.elmundo.es/economia/2020/09/07/5f54c7d3fc6c83e1138b4607.html>

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES:

Autor 1: Planificación, Conceptualización, metodología, tratamiento de datos y análisis de resultados, redacción-preparación del borrador original y edición. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicable del manuscrito.

Autor 2: Planificación, Conceptualización, metodología, tratamiento de datos y análisis de resultados. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicable del manuscrito.

Autor 3: Conceptualización, redacción-preparación del borrador original y edición. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicable del manuscrito.

AGRADECIMIENTOS:

Los autores del artículo expresan su agradecimiento a las asociaciones de alojamiento de turismo rural Turalcat, Concatur y Turisme Rural Girona – Costa Brava – Pirineu por su colaboración en la distribución entre sus asociados de la encuesta que permitió elaborar parte de esta investigación.

La investigación que ha dado lugar a la publicación se ha desarrollado en el marco del Grupo de Investigación en Gestión Turística, financiado por la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación (AGAUR) de la Generalitat de Catalunya (2017 SGR 1715).