

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DE JARABA (ZARAGOZA)

Rosa M^a Berdejo

1. Introducción

Jaraba es un municipio del SW de la provincia de Zaragoza, incluido en la comarca de Calatayud, que cuenta con 478 habitantes en 1991. Dista 125 km de Zaragoza, 218 km de Madrid y 40 km de Calatayud. Se sitúa en el valle medio del Mesa, afluente de la margen derecha del Jalón sobre el acuífero de la Sierra de Solorio, que proporciona el principal recurso de la localidad: las surgencias de agua mineromedicinal, cuyo aprovechamiento integral está vinculado a procesos de desarrollo endógeno en los que la iniciativa local es la responsable del nacimiento, a finales del siglo XIX, de tres establecimientos balnearios y, a mediados del siglo XX, de tres embotelladoras, actividad inducida de la turística.

Aragón, región a la que pertenece Jaraba, es la primera a nivel nacional en cuanto al número de balnearios abiertos al público, quince, y la segunda por el número de plazas de alojamiento, que suponen el 16,5% del total nacional. La selección de Jaraba como objeto de una planificación turística corresponde a la disponibilidad en este municipio de recursos que no han sido aprovechados con fines turísticos, a excepción de los manantiales.

El modelo turístico de Jaraba corresponde al de una estación termal con tres establecimientos balnearios, que se benefician de las propiedades terapéuticas de los manantiales de la zona. Las posibilidades que ofrece el entorno natural del municipio no han sido potenciadas como recurso de atracción de turistas. Así, la práctica de una sola modalidad de turismo contrasta con las potencialidades turísticas de Jaraba que cuenta con unos recursos muy demandados por un nuevo turista que ha evolucionado en su comportamiento tradicional.

El mantenimiento del modelo turístico termal tradicional ha impedido el desarrollo de otras actividades turísticas que diversificarían la oferta local, ampliándose a nuevos mercados. La inducción que produce el turismo sobre el resto de actividades económicas, especialmente en

la dotación de servicios y equipamientos, contribuirá a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de Jaraba, aspecto éste que el turismo termal no ha conseguido.

El objeto de planificar esta actividad en Jaraba responde a la necesidad de definir la estrategia de desarrollo turístico, teniendo presente que ésta debe formar parte de un plan de desarrollo integral de la localidad, tomando como punto de partida el aprovechamiento sostenido de sus recursos disponibles, que eleve el nivel y la calidad de vida de sus habitantes.

2. Producto turístico actual

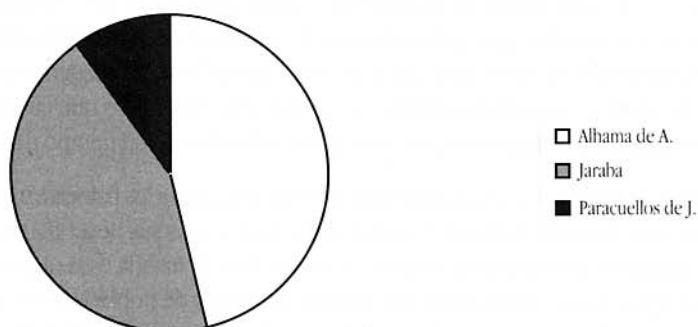
El diagnóstico del modelo turístico actual de Jaraba es la etapa previa antes de abordar la planificación turística de la localidad. La iniciativa local es la que ha hecho posible el nacimiento de los tres balnearios de Jaraba a finales del siglo XIX. Su capacidad de renovación y adaptación ha permitido que continúen abiertos y se benefician en la actualidad de una nueva demanda que acude a la localidad tanto a someterse una cura termal como para disfrutar de unos días de descanso alejados de los modos de vida urbanos de sus puntos de origen, primando un entorno paisajístico adecuado que favorezca la relajación y la tranquilidad.

El desarrollo del turismo termal en Jaraba parte de la explotación de los manantiales, cuyas propiedades terapéuticas favorecieron la afluencia de usuarios para someterse a tratamientos termales. Es la principal manifestación del desarrollo endógeno en la localidad, cuyo éxito es responsable del nacimiento de otra actividad económica inducida de la anterior: las embotelladoras de agua mineral natural. De esta forma se ha logrado diversificar la economía de un municipio rural como es Jaraba, mantener el contingente demográfico (vinculado la mayoría por lazos laborales a estas actividades), permite el desarrollo de la ATP y se convierte en un centro ocasional de recepción de mano de obra que acude en respuesta a las demandas de empleo ofertadas.

2.1. Oferta turística

La provincia de Zaragoza cuenta con tres estaciones balnearias: Alhama de Aragón, Paracuellos de Jiloca y Jaraba, ésta última ocupa la segunda posición en cuanto al número de habitaciones con 305, detrás de Alhama de Aragón (véase Figura 1). Atendiendo al número de plazas, los balnearios de Jaraba ofertan alojamiento a 536 personas repartidas entre el Balneario de La Virgen (150 plazas), Balneario de Serón (180 plazas) y Balneario de Sicilia (206 plazas).

FIGURA 1. HABITACIONES OFERTADAS EN LOS BALNEARIOS DE LA PROVINCIA DE ZARAGOZA



FUENTE: D.G.A. (elaboración propia).

La base productiva de los tres balnearios es el agua de los manantiales de los que se explotan 3,588 Hm³ anuales. El principal uso de este caudal es el terapéutico, aunque también se destina como agua de consumo en las instalaciones hoteleras.

El uso terapéutico de estas aguas es el responsable de la afluencia de la mayor parte de los usuarios. En las instalaciones acondicionadas en los balnearios de Jaraba para este uso se tratan, principalmente, enfermedades renales y reumatismos con técnicas complementarias a las de la medicina tradicional. La oferta terapéutica se complementa con instalaciones para el disfrute del ocio, como parques y jardines que contribuyen a potenciar el ambiente de descanso, e instalaciones deportivas.

La oferta de ocio se completa con el entorno natural de los balnearios, como el pasaje de la Foz del Mesa, que favorece la práctica de actividades al aire libre, y con la situación del municipio, próxima a otros centros que resultan atractivos para visitarlos como el Monasterio de Piedra (14 km), Calatayud (40 km),...

2.2. Demanda turística

Las motivaciones para elegir un establecimiento termal como destino turístico son variadas, pero las podemos resumir en: la prevención de enfermedades, la recuperación y mejora de antiguas lesiones o enfermedades y, por último, la búsqueda del bienestar fuera del medio habitual de vida.

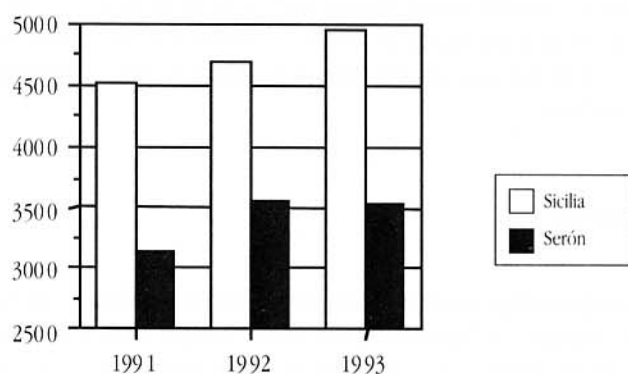
Las dos primeras son las razones clásicas que dieron lugar al nacimiento del turismo de balnearios. Esta demanda es la que ha garantizado la supervivencia de los balnearios que perma-

necen abiertos en la actualidad. Corresponde a grupos de población envejecida, bastante fieles a cada establecimiento, cuya ocupación temporal (gracias a su disponibilidad de tiempo) se diversifica durante todo el año. Este grupo acude a estos establecimientos para seguir un tratamiento termal, por ello la inversión en instalaciones terapéuticas debe ser constante, adaptándose también a las necesidades de la población que demanda un producto completo en el que se le ofrezca tratamientos médicos para sus dolencias (desde las enfermedades tradicionales hasta las curas de *stress* y tratamientos estéticos), un entorno paisajístico que favorezca el contacto con la naturaleza, la posibilidad de practicar actividades durante su tiempo de ocio, etc.

La búsqueda del bienestar es el principio que permite el acceso a los balnearios de una nueva demanda que re-descubre esta forma de turismo como respuesta a sus necesidades de ocio, en la que prima la lejanía de los centros de turismo de masas. Esta demanda es la que más beneficia a los balnearios y al municipio que la recibe por tratarse de grupos de población más joven, generalmente familias, más dinámicos, que ocupan su tiempo de ocio en otras actividades alternativas, que no siempre son propuestas por los establecimientos hoteleros en los que residen.

La dificultad de conseguir información y estadísticas a escala municipal dificulta evaluar las variaciones de la demanda, agudizado en este caso por disponer información únicamente de dos balnearios de la localidad (Sicilia y Serón) y únicamente de tres años: 1991, 1992 y 1993 (véase Figura 2). Sicilia mantiene entre estas fechas un incremento constante, pasando del 75% de ocupación en 1991 al 83% en 1993. Serón mantiene un crecimiento sostenido en los dos últimos años manteniéndose en el 98% de ocupación, mientras en 1991 la ocupación es del 90%. Los tres balnearios locales alcanzan en la temporada alta y media-alta una ocupación del 100%, mientras el Turismo Social es el principal usuario de las instalaciones en temporada baja.

FIGURA 2. PERNOCTACIONES EN LOS BALNEARIOS DE JARABA



FUENTE: Balnearios (elaboración propia).

3. Planificación Turística de Jaraba

3.1. Estrategias de desarrollo turístico

Su importancia radica en ser el elemento que define la planificación y da coherencia al plan de actuación. Interesa ampliar la oferta turística de la localidad como un estímulo para el desarrollo socioeconómico del municipio, aunque éste se ha conseguido parcialmente por las empresas (turísticas e industriales) allí instaladas que han mantenido a la población. Se debe afrontar la práctica de nuevas actividades turísticas como una actividad que genera nuevos ingresos en el municipio que, a su vez, mejora (por inducción) la dotación de equipamientos e infraestructuras y crea las condiciones necesarias para el nacimiento de nuevas actividades.

Las entidades, públicas y privadas, implicadas en la planificación turística de la localidad deben tomar conciencia de la necesidad de revitalizar las instalaciones y equipamientos turísticos de Jaraba. Deben actuar conjuntamente para potenciar la localidad como un enclave turístico que diversifique la oferta de sus instalaciones y equipamientos para atraer a otro tipo de demanda diferente a la tradicional. El Ayuntamiento de Jaraba, en el Documento titulado "*Coyuntura actual de Jaraba. Iniciativas y proyectos*" expone el interés de la localidad (habitantes y empresarios) por "convertir la localidad en una ESTACION TERMAL", pero no abundan en la posibilidad de diversificar la oferta turística de la localidad que supondría su relanzamiento socioeconómico.

Para obtener el éxito en los nuevos mercados turísticos es necesario adoptar medidas necesarias para atraer a esos mercados. La existencia de una infraestructura turística ligada a la explotación terapéutica de los manantiales y el conocimiento por parte de la demanda de sus características implica que a corto plazo se debe potenciar que los propietarios de estos establecimientos los reconviertan en centros, donde los tratamientos no estén ligados sólo a enfermedades propias de la Tercera Edad, sino también a los trastornos propios de las costumbres urbanas como el *stress*, la hipertensión, etc. Parcialmente se ha logrado esta transformación pero la ausencia de un *marketing* publicitario adecuado ha frenado su difusión, además la demanda urbana que elige esta forma de turismo precisa de actividades complementarias para ocupar su tiempo de ocio, complementos que actualmente no ofrecen ni los balnearios ni el municipio.

Se precisa atraer mercados estables, como el colectivo tradicional de la Tercera Edad, o el de segunda residencia, con escasas variaciones temporales y espaciales. La estabilidad de la demanda del primero se debe a su fidelidad a un establecimiento balneario y a un tratamiento, y la del segundo por la necesidad de amortizar la inversión efectuada. La demanda del turismo rural es creciente en la actualidad pero, debido a su reciente implantación, no se ha estudiado lo suficiente para saber si se trata de un fenómeno estable, por ello interesa potenciarlo a corto y

medio plazo y dotarlo de contenido para diferenciarlo de otras áreas que a priori pueden ser más atractivas como el turismo rural de montaña.

Otro tipo de demanda que se puede captar en la localidad es la relacionada con el turismo deportivo, para ello se debe incluir al municipio dentro de los circuitos del deporte como un lugar idóneo para la práctica del senderismo, el ciclismo y la escalada, ampliando y mejorando además las actuales instalaciones como la adecuación del actual campo de fútbol a las normas federativas para beneficiarse de las concentraciones de equipos, que a su vez contribuyen dando publicidad a la localidad.

La potenciación y atracción de nuevos mercados turísticos a Jaraba precisa de la elaboración de una serie de medidas que contribuyan a mejorar la actual oferta turística, minimizando sus impactos, y atender a las políticas dictadas por otras instituciones (comunitarias, autonómicas, ...) de las que se puedan beneficiar. Así se establecerá un calendario de actuaciones a corto, medio y largo plazo con el objeto de identificar el nuevo producto turístico de la localidad.

3.2. *Plan de Actuación.*

Contempla las diferentes medidas a tomar a corto, medio y largo plazo para lograr los objetivos expuestos y determinar los posibles impactos que generen dichas actuaciones.

El producto turístico a potenciar es, en sí mismo, el municipio de Jaraba del que interesa destacar su entorno natural, su proximidad a centros emisores de turistas (Madrid y Zaragoza) y la proximidad a atractivos turístico-culturales como el Pantano de La Tranquera, el Monasterio de Piedra, Calatayud,...

Jaraba es una estación termal en la que, aprovechando su medio natural, se puede practicar al menos tres tipos de turismo: el termal, el rural, y el de segunda residencia. Los impactos naturales serán reducidos en los dos primeros por considerar el entorno natural como un recurso turístico, el tercero puede ser más dañino. Para corregir y evitar que se produzca la especulación del suelo y la degradación del entorno se debe actuar legislando normas urbanísticas, actualmente en redacción, que establezcan unas directrices coherentes de ordenación del casco urbano local.

Una de las primeras medidas a adoptar consiste en la adecuación de las instalaciones balnearias a las necesidades de ocio de una nueva demanda cuya tendencia es a incrementarse. No basta con la actual oferta de jardines, piscina y campo de tenis (según cada balneario), se necesita crear una oferta global de ocio en colaboración con el Ayuntamiento (equipamientos colectivos) y la iniciativa local (comercios especializados en el turismo, potenciación de actividades tradicionales, servicios de alimentación y restauración, ...). Junto a las demandas de ocio, las ins-

talaciones terapéuticas deben mantener su renovación como corresponde a una actividad dinámica que quiere mantener e incrementar su demanda.

El documento divulgativo anteriormente citado del Ayuntamiento de Jaraba señala la próxima construcción de un complejo deportivo. Esta actuación municipal contribuirá, cuando se efectúe, a la ampliación de la oferta de ocio de la localidad, en beneficio de la población residente y de la eventual.

Paralelamente, se debe afrontar la rehabilitación de las casas abandonadas en el casco urbano para incluirlas dentro del paquete turístico de turismo rural. Su acondicionamiento favorecerá el incremento de los puestos de trabajo en la construcción, contribuyendo a incrementar el poder adquisitivo de la población activa dedicada a esta actividad. La oferta de turismo rural precisa de los mismos equipamientos de ocio que el turismo termal, a los que se unen la necesidad de servicios de restauración. El turismo rural se completaría en el caso de Jaraba con la posibilidad para sus practicantes de someterse a una cura termal en un establecimiento balneario, potenciándose la segregación del establecimiento terapéutico del hotelero.

El municipio debe contribuir al desarrollo de estas actividades turísticas de manera directa e indirecta. Directamente acudiendo a los organismos autonómicos, nacionales y comunitarios solicitando ayudas para acometer las mejoras necesarias, como la mejora de las vías de comunicación, la construcción de equipamientos públicos, realizando campañas de información y mentalización sobre los beneficios del turismo, elaborando planes de ordenación urbana para evitar la conflictividad de los usos del suelo, etc. Indirectamente potenciando la formación profesional de la población activa, difundiendo la imagen de Jaraba como centro turístico y cultural, acondicionando el casco urbano de la localidad, y colaborando con otros organismos públicos para mejorar las comunicaciones de la localidad, entre otros aspectos.

Una vez iniciada la transformación turística de la localidad, se debe comercializar el producto en los puntos de origen de la demanda asociando el producto turístico con una marca turística que facilite su comprensión a los destinatarios. El elemento que diferencia a Jaraba de otros municipios turísticos de Aragón, e incluso de España, es la existencia de manantiales. Este debe ser el principal elemento que se destaque en las campañas publicitarias, no sólo dirigidas a los demandantes del Turismo de Salud sino también a aquellos usuarios potenciales que demandan alternativas al turismo tradicional para su destino de ocio.

La especificación de las actuaciones compete a las entidades de la localidad por ser estos los beneficiarios principales de las mejoras que se efectúen y de los ingresos de la población turística, por ello deben crear un organismo que gestione y controle continuamente el desarrollo del plan y las nuevas actuaciones que sean precisas, una vez cumplidos sus objetivos, para garantizar una demanda continua y mantenga el nivel socioeconómico de la localidad.

4. Conclusiones

— Jaraba es un municipio de la provincia de Zaragoza con un modelo turístico tradicional que corresponde al de una estación termal. La existencia de otros recursos turísticos, al margen de los manantiales termales, sin explotar limita el desarrollo de una oferta turística integral. Por ello es necesaria la planificación turística de la localidad.

— El modelo turístico actual de Jaraba se limita a tres balnearios, que ofertan 536 plazas de alojamiento, donde los usuarios reciben un tratamiento termal.

— Los cambios cualitativos en la demanda son los responsables del creciente auge del turismo termal. Implican la renovación y modernización de los establecimientos a las nuevas necesidades de estos usuarios, sin marginar a su demanda tradicional.

— La diversificación de la oferta turística de Jaraba es el principal objetivo de su planificación turística. Para ello se debe considerar su territorio bajo una óptica integral que permita la potenciación de diferentes "tipos" de turismo como el rural, termal, deportivo,...

— La iniciativa local debe ser la principal gestora del plan de desarrollo turístico de Jaraba por ser ella la que mejor conoce las posibilidades de su territorio y la que va a beneficiarse del éxito de las actuaciones efectuadas.

BIBLIOGRAFÍA

- AYUNTAMIENTO DE JARABA (1991): *Coyuntura actual de Jaraba. Iniciativas y Proyectos*. Documento interno.
- BERDEJO GIL, R. M. (1994): *Los manantiales de Jaraba y su incidencia en la transformación de un núcleo rural*. Memoria de licenciatura. Fac. de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza.
- CALLIZO, J. (1991): *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Editorial Síntesis. Col: Espacios y Sociedades, 21. Madrid, 1991.
- DGA (varias fechas): *Boletines de Indicadores Estadísticos de Aragón*. DGA. Zaragoza.
- DÍAZ ÁLVAREZ, J. R. (1989): *Geografía del Turismo*. Síntesis. Col: Geografía de España. Madrid, 1990.
- GÓMEZ OREA, D. (1992): *Planificación rural*. Agrícola Española, S. A. Madrid, 1992.
- LENO CERRO, F. (1991): "Los recursos turísticos en un proceso de planificación: Inventario y evaluación". *Papers de Turisme* n.º 7. ITVA, 1991.

- NACHER ESCRICHE, J., y SELMA GARBI, S. (1993): "Territorio Turístico: Conceptos, fenómenos y perspectivas de gestión", *Papers de Turisme* n.º 12, Año 5. ITVA, Valencia, 1993.
- PRICE WATERHOUSE (1991): *Plan de Marketing de los Balnearios Aragoneses*. 2 volúmenes. Sin editar.
- PUJOL MARCO, L (1991): "Plan de Desarrollo turístico de una Zona", *Papers de Turisme*, n.º 7. ITVA, Valencia, 1991.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1993): "El turismo social en Europa y su futuro en España. Documento resumen", *Estudios Turísticos* n.º 119-120, pp. 139-151. Madrid, 1993.