

# Plan de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos de la Comarca de la Vera (Cáceres)

Venancio Bote Gómez\*

## INTRODUCCION

— La importancia que en España tienen los recursos de sol y playa, tanto para el turismo internacional como interno, ha hecho que el turismo en espacio rural (en pueblos del interior, de la sierra, áreas naturales, etc.) haya sido, en gran medida, olvidado. Sin embargo, la instrumentación de una política de turismo rural en España es urgente por su importancia en la revitalización de comarcas atrasadas, en la mejora de la calidad de vida e intercambio entre la población urbana y rural, como mecanismo de conservación de los recursos naturales y del patrimonio sociocultural, de diversificación de la oferta turística española y de comprensión entre los habitantes de las distintas Comunidades Autónomas.

— A pesar de esta importancia económica y sociocultural, sus perspectivas de crecimiento y el desarrollo alcanzado en otros países europeos, el turismo rural en España es un fenómeno científicamente poco conocido, que necesita medidas urgentes con el fin de conseguir una utilización responsable del espacio rural. Precisamente para contribuir a diseñar una política a este respecto, el CSIC inició, en 1983, un Programa de investigación sobre Instrumentos de ordenación, gestión y promoción del turismo rural en España<sup>1</sup>.

— Dada la limitación del espacio disponible me limitaré a exponer algunas de las principales tareas y actividades realizadas, hasta el momento, dentro de este Programa de investigación. Concretamente creo de interés subrayar los siguientes aspectos:

- La importancia actual de la demanda turística en espacio rural en España.
- Necesidad de implementar Planes de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos a nivel comarcal.
- Por último, hacer algunas recomendaciones con el fin de contribuir al diseño de una política integral sobre turismo en espacio rural.

## IMPORTANCIA ACTUAL DEL TURISMO EN ESPACIO RURAL EN ESPAÑA

— El Programa de investigación del CSIC se inició con la realización de la primera encuesta específica sobre las vacaciones de los

### RESUMEN

En el artículo se resume, en primer lugar, algunas características cuantitativas y cualitativas fundamentales (número de turistas, origen y destino, estadia, gasto, etc.) de la demanda turística en espacio rural en España.

En segundo lugar, se presentan los principales resultados de la fase de Diagnóstico y Formulación de la estrategia del Plan de conservación de desarrollo de los recursos turísticos de la Comarca de la Vera (Cáceres): las principales características de la demanda y oferta turística actual, potencialidad de los recursos naturales y socioculturales disponibles, objetivos y programas prioritarios, con especial referencia al programa de rehabilitación de viviendas para uso turístico y a la gestión del Plan.

El artículo termina con unas recomendaciones para elaborar una política turística en espacio rural en España.

\*Director del Programa de Turismo del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

<sup>1</sup> El equipo técnico del Programa está constituido por las siguientes personas: F. Muñoz de Escalona, J. López Linage, P. Campos Palacín, J.L. García Grinda, J.C. Torres, Cristina Martín, C. Abad, R. Álvarez Cuervo y C. Núñez Martínez.

españoles en el espacio rural con el fin de identificar sus peculiaridades y enmarcar el resto de las tareas y actividades previstas en el Programa de Investigación (implementación de casos-piloto, diseño de una política turística específica, etc.).

A tal fin se realizó una encuesta<sup>2</sup>, resumiéndose a continuación alguno de sus resultados más generales sobre la demanda nacional y específicamente de la región andaluza.

#### a) Carácter masivo de la demanda

— A partir de la encuesta se estima que más de un millón (exactamente 1.034.000) familias pasaron en 1983 sus vacaciones principales, en el espacio rural, lo que representa un flujo de aproximadamente 3,6 millones de personas. Es importante subrayar que esta importante demanda estimada en la encuesta, debe ser considerada mínima, ya que no incluye los siguientes flujos turísticos:

- El turismo, al espacio rural, en otros periodos vacacionales (Semana Santa, puentes, Navidades y, especialmente, fines de semana).
- El turismo emitido por las poblaciones menores de 100.000 habitantes.
- El turismo de los residentes en el extranjero (emigrantes y extranjeros).
- La población juvenil, que no pasa sus vacaciones con la familia.

#### b) Carácter urbano de la demanda

— La demanda presenta un marcado carácter urbano, siendo los principales núcleos emisores las áreas metropolitanas del país. El Cuadro 1 pone de manifiesto que los núcleos urbanos de tres comunidades autónomas (Madrid, Cataluña y País Vasco) emiten más del 67% de la demanda total encuestada, mientras que el resto de las CCAA emiten únicamente el 33% de la demanda total.

CUADRO 1

Nº de familias que utilizó el espacio rural en España en sus vacaciones estivales el 1983

Comunidades Autónomas emisoras	Nº	%
Madrid	330.000	31,9
Cataluña	287.000	27,7
País Vasco	81.000	7,8
Subtotal Madrid, Cataluña y País Vasco	698.000	67,4
Resto CC AA	337.000	32,6
TOTAL	1.035.000	100

#### c) Principales Comunidades Autónomas receptoras

— El turismo rural es relativamente disperso, en el sentido de que todas las provincias y Comunidades Autónomas son receptoras en

<sup>2</sup> Esta encuesta se realizó en colaboración con la empresa SOFEMASA. Sus principales características metodológicas son las siguientes:

- *Universo*: Población residente en los municipios pertenecientes a las áreas metropolitanas de Madrid, Barcelona y Bilbao y resto de poblaciones con más de 100.000 habitantes, pues se estima que el turismo rural es un fenómeno fundamentalmente urbano.
- *Unidad muestral*: Hogares (o familias) residentes en estas poblaciones pues este tipo de vacaciones presenta un marcado carácter familiar.
- *Muestra*: 1.500 hogares que hayan realizado vacaciones principales en espacio rural, para lo cual fue necesario realizar 9.000 contactos.
- *Tipo de muestreo*: Polietápico y estratificado por tamaño de población.
- *Nivel de confianza*: 95%.
- *Trabajo de campo*: Enero/Febrero, 1984.

mayor o menor grado. Si bien según la importancia del flujo turístico pueden hacerse tres grupos de CCAA receptoras:

- Un primer grupo, constituido por las Comunidades Autónomas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Andalucía y Cataluña, que reciben cada una de ellas, entre 100 y 180 mil familias y que en conjunto representan el 56,4% de la demanda total encuestada.
- Un segundo grupo constituido por Aragón, Extremadura, Valencia, Madrid y Galicia, que reciben entre 50 y 75 mil familias, cada una, y que representa el 30,6% de la demanda total encuestada.
- Un tercer grupo constituido por el resto de las Comunidades Autónomas que reciben flujos turísticos de menor cuantía.

— En cuanto a la procedencia existe una gran heterogeneidad, pudiéndose establecer, al menos, tres tipos de CCAA receptoras de turismo rural:

- CCAA, donde un porcentaje muy elevado de las familias que pasan sus vacaciones en su espacio rural procede de núcleos urbanos de la propia C.A. Tal es el caso de la C.A. de Madrid, que recibe el 91% del flujo turístico de la propia Comunidad Autónoma, de Cataluña que recibe el 92% o del País Vasco que recibe el 79%.
- CCAA, donde, por el contrario, un porcentaje elevado de las familias que pasan las vacaciones en su espacio rural procede de núcleos urbanos de otras CCAA. Tal es el caso, por ejemplo, de Castilla-León, Extremadura y Castilla-La Mancha (que reciben de la C.A. de Madrid el 52,59 y 73% respectivamente), de Aragón (que recibe el 43% de Cataluña) o de Rioja (que recibe un 84% del País Vasco).
- CCAA donde el porcentaje que reciben de las áreas urbanas de la propia Comunidad y de otras CCAA está relativamente equilibrado. Tal es el caso, por ejemplo, de Andalucía y Asturias.

#### d) Duración, estacionalidad y elevado flujo monetario

— La duración media de las vacaciones fue en 1983 de 19 días, siendo inferior en la clase media-baja y baja y superior en la clase media-alta y alta.

— El turismo rural representa una fuerte concentración en los meses de julio (26%) y especialmente agosto (53%). En los cuatro meses (de junio a septiembre incluido) se concentra el 97% de la demanda total.

— El gasto medio fue, en 1983, de 65.000 pesetas por familia, lo que es comparativamente reducido y se explica por el hecho, de que la mayoría de las familias que pasan sus vacaciones en el espacio rural no utilizan alojamiento comercial. Evidentemente, el gasto medio es superior en la clase media-alta y alta (en torno a 93.000 ptas.) que en la clase media-baja y baja (55.000).

Sin embargo, el turismo rural genera un flujo monetario de consi-

derable importancia, del orden de 67.000 millones de pesetas, que como se ha señalado se distribuye por todas las Comunidades Autónomas.

## NECESIDAD DE PLANIFICACION A NIVEL COMARCAL: EL CASO DE LA COMARCA DE LA VERA (CACERES)

— Además de las tareas y actividades de ámbito nacional, el equipo técnico del C.S.I.C. se propuso implementar dos casos-piloto con el fin de superar la fase de desarrollo espontáneo mediante la puesta en marcha de estrategias planificadas de conservación y desarrollo de los recursos turísticos. Para ello en 1984, se seleccionaron en colaboración con las Consejerías de Agricultura y Pesca y Obras Públicas, Turismo y Comunicaciones del Principado de Asturias y de Transporte Turismo y Comunicaciones de la Junta de Extremadura dos zonas-piloto: el Concejo de Taramundi (Asturias) y la comarca de la Vera (Cáceres) para la realización de Planes de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos.

A continuación se presentan algunos aspectos fundamentales del Plan de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos de la comarca de la Vera (Cáceres), con el fin de limitar la exposición al espacio disponible.

— El Plan de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos de la Comarca de la Vera presenta las siguientes características generales:

- Se trata, en primer lugar, de un Plan integral que persigue fundamentalmente la identificación, definición y puesta en ejecución de una serie de proyectos turísticos prioritarios, concentrando y coordinando los esfuerzos del sector público y sector privado.
- El Plan se propone, desde un principio, la acción. Por ello es importante subrayar que no se trata únicamente de la realización de un estudio, sino de la creación o institucionalización de los instrumentos de gestión y promoción que permitan integrar las fases de reflexión (o estudio) y la fase de ejecución de la estrategia elegida, mediante la participación del equipo técnico del C.S.I.C., la Consejería de Turismo, Transportes y Comunicaciones de la Junta de Extremadura, la Mancomunidad Intermunicipal y el sector privado, en la formulación de los proyectos prioritarios, con el fin de que el Plan sea obra de todos y, consecuentemente, sea operativo.
- Se persigue, además, investigar un modelo de desarrollo turístico no convencional, diferente al de los años sesenta, mediante la creación de un mínimo de oferta específica, consistente en instalaciones (alojamiento, equipamiento recreativo-deportivo y animación) de pequeña escala, no estandarizadas y adaptadas al medio natural y humano; compatibilizar la conservación y el desarrollo mediante un uso inteligente de los recursos turísticos, integrar el turismo rural en la vida comarcal, privilegiando

las instalaciones de tipo mixto (de utilización por los turistas y de la población residente), conseguir que el turismo sea un instrumento de reconstrucción del patrimonio y arquitectura popular disponible, favorecer la distribución de la oferta turística entre los Municipios de la Comarca, llevar a cabo una gestión local y solidaria de los recursos entre los diferentes agentes que participan en la conservación y desarrollo del turismo rural y optimizar, entre otros criterios, los efectos directos e indirectos del turismo rural en la comarca.

- Además, el Plan presenta un marcado carácter público, en el sentido de que al menos, en las fases previas (definición de la estrategia, creación de instrumentos de gestión y promoción, etc.) cuenta con el apoyo y asistencia técnica del equipo técnico del CSIC, de la Consejería de Transportes, Turismo y Comunicaciones de la Junta de Extremadura y de la Mancomunidad Intermunicipal de la Vera. En este sentido se puede afirmar que se están experimentando fórmulas de colaboración entre la Administración Central, Regional y Local a semejanza de lo sucedido en otros países europeos más avanzados en la política sobre turismo rural.

Por todo ello, se estima que el Plan de acción sobre conservación y desarrollo de los recursos turísticos de la Comarca de la Vera, constituye una experiencia-piloto que, tanto por su novedad como por su carácter modélico, permitirá diseñar los principios fundamentales y prácticos que inspiren la política de turismo rural tanto de las CCAA, como de la Administración Central.

## **PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA Y OFERTA TURISTICA ACTUAL**

### **Demanda turística**

#### **a) Volumen relativamente importante de visitantes**

En 1984 el flujo de visitantes a la Comarca de la Vera se estima en 107.000. Este importante flujo genera del orden de 1.500.000 pernoctaciones y unos ingresos en concepto de turismo de 950 millones de pesetas, que pone de manifiesto un estimable nivel actual de desarrollo turístico y una apreciable, aunque estacional, incidencia económica y social en la comarca.

#### **b) Heterogeneidad de la demanda y reducida importancia del turismo que utiliza alojamiento comercial**

Dentro de este importante flujo de visitantes existe una gran variedad de tipos, con comportamientos diferentes, apreciándose dos grupos de visitantes claramente diferenciados: a) los que tienen raíces familiares en la comarca y que no utilizan alojamiento comercial y b) los que, teniendo raíces familiares en la Vera, han elegido, este destino y utilizan los alojamientos turísticos comerciales.

— El flujo más importante, de la demanda total, lo constituyen los visitantes con raíces en la Vera que no utilizan alojamiento comercial.

Este flujo se estima en 88.000 turistas en 1984, genera, 1,3 millones de pernoctaciones no comerciales y un ingreso de 754 millones de pesetas.

— Los visitantes que no tienen raíces en la Vera y utilizan alojamiento comercial se estiman en 18.000 en 1984, generan 154.000 pernoctaciones comerciales y unos ingresos, en concepto de turismo de 196 millones de pesetas.

#### c) Fuerte estacionalidad

— La mayor parte del flujo turístico, cualquiera que sea el tipo de visitantes, se concentra en un corto periodo de época estival, Semana Santa y Navidades, siendo la temporada media y baja prácticamente inexistente.

#### d) Proximidad de los principales núcleos urbanos emisores

La inexistencia de promoción y comercialización turística explican en gran medida, la proximidad de los principales mercados actuales de la comarca: Madrid y núcleos urbanos del resto de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

A pesar de esta insuficiencia política de promoción y comercialización se observa una respuesta cuantitativa y cualitativamente significativa, tanto de la demanda nacional como internacional, indicador de la potencialidad de los recursos turísticos de la Comarca.

#### e) Inexistencia de un turismo vacacional de clase media-alta y alta

Aunque la Vera es visitada por todas las clases sociales, en la actualidad predominan, los niveles socioeconómicos medio y modesto, tanto en el caso de los visitantes con raíces en la comarca como en la que utilizan alojamiento comercial. Dado que el visitante que utiliza el Parador presenta una estancia reducida, la Vera carece de un turismo familiar, de clase media-alta y alta, y estadía vacacional o elevada.

### **Oferta de alojamientos**

Como lógica consecuencia de la gran diversidad de tipologías de la demanda turística, la Vera presenta también una gran variedad de tipos de alojamiento, tanto en sus versiones de oferta comercial como no comercial.

#### *Alojamientos comerciales*

##### a) Importancia de la oferta de alojamientos de clase media y modesta

La Vera cuenta con 378 plazas de hostelería de una y dos estrellas y 1.800 plazas de campings de 2ª categoría, dirigidas fundamentalmente a la clase media y modesta.

Como alojamiento comercial de alta calidad, la comarca cuenta únicamente con el Parador Nacional Carlos V de Jarandilla, con 82 plazas, que representa un 3,6% del total de la oferta comercial de alojamiento.

Los hostales, Parador Nacional y Campings satisfacen necesidades de alojamiento de tres segmentos de la demanda claramente diferenciados por su nivel socio-económico y su forma de hacer turismo.

Los hostales tienen un nivel de instalaciones, equipamientos y servicios medio-bajo y bajo y atienden a una demanda básicamente media y modesta, de carácter familiar y con estadias altas en la época estival. El Parador Nacional tiene una clientela de nivel medio-alto y alto, en su mayoría de paso por la Comarca, con estancias cortas en todas las épocas, nivel de sus instalaciones alto y servicio profesional con buen nivel de gerencia y comercialización.

Los campings proporcionan un alojamiento singular, en zonas de gran belleza, con buen nivel de instalaciones y servicios, a una clientela más heterogénea, amante de esta forma distinta de hacer turismo al aire libre y en contacto con la naturaleza; atiende clientelas desde la clase modesta hasta la media-alta y alta tanto nacional como extranjera.

#### b) Precios bajos en alta temporada

— La consideración de precios en régimen de pensión completa y en temporada alta es para los hostales de «baratos», equivalentes a un 50% de los que rigen en zonas de playa para instalaciones similares. En el Parador Nacional «normales» y en los campings, con exclusión de la pensión alimenticia «baratos». En el resto de restaurantes independientes de la comarca los precios suelen ser «normales» y «baratos».

#### c) Bajo grado de ocupación en el alojamiento medio y modesto

La temporada turística de la Vera se ha ido reduciendo en los últimos años (pérdida de turistas en baja temporada, fines de semana e incluso en verano) hasta llegar al momento actual donde sólo hay plena ocupación en 45 días de los meses de julio y agosto. Con excepción del Parador Nacional, con altos grados de ocupación a lo largo de todo el año, como promoción importante, el resto de alojamientos hoteleros y campings sufren una fuerte estacionalidad y grados muy bajos de ocupación fuera de los meses de julio y agosto. La crisis económica ha afectado más a la demanda turística de los niveles medio-bajo y bajo que corresponde a la mayoría de los turistas de la Vera y la Comarca no ha podido dar respuesta a esta regresión hasta el momento.

#### d) Inexistencia de una política comarcal de promoción y comercialización turística

No existe una política de promoción y comercialización turística a nivel comarcal, siendo los campings y el Parador los únicos que realizan una política independiente a este respecto.

La falta de asociacionismo de los propietarios y gerentes de instalaciones por una parte, el bajo grado de ocupación actual y la crisis económica general ha frenado la instrumentalización de una política de promoción y comercialización en la comarca.

### *Alojamientos turísticos no comerciales*

#### a) Importancia y heterogeneidad

— Destacan por su número y utilización turística aquellos alojamientos de residentes en la Vera que acogen a familiares y amigos, residentes fuera de la Comarca, sin contraprestación pecuniaria. En 1984 el, 65,7% de los hogares de residentes en la comarca (5.800) recibieron familiares y amigos en diferentes periodos vacacionales.

Las casas vacías pertenecientes a no residentes en la Vera (nativos o no) alcanza un 21% del total de casas de la comarca (12.200), son viviendas generalmente heredadas y en casos compradas, que se utilizan vacacionalmente, y suponen una «ocupación» por familiares o nativos y otras personas ajenas a la comarca procedentes del medio urbano. Como en el caso anterior, no generan ingresos en concepto de alojamiento pero sí en cuanto a los demás conceptos del gasto turístico (alimentación, comercio, bebidas, espectáculos y varios).

El alquiler de viviendas de particulares a no residentes representa un porcentaje muy reducido (3%), con notables diferencias según municipios.

#### b) Repercusión económica y social importante que se distribuye entre todos los municipios

— Como anteriormente se ha señalado, el turismo que no utiliza alojamiento comercial genera 1,3 millones de pernoctaciones y un ingreso de 754 millones de pesetas.

Dado que todos los municipios, con mayor o menor intensidad acogen anualmente a familiares y amigos, este importante flujo monetario beneficia a toda la comarca, presentando paralelamente un alto grado de fidelidad (repetición de visitas) que lo constituye en una demanda turística consolidada.

### **Recursos turísticos y arquitectónicos**

— La comarca de la Vera cuenta con un importante número de recursos naturales y socioculturales, que están insuficiente e inadecuadamente explotados y que constituyen una materia prima, cuantitativa y cualitativamente importante, para fundamentar actividades recreativas, deportivas y de animación específicas y complementarias de la oferta de alojamiento actual y de nueva creación.

#### *Recursos turísticos*

— Entre los recursos más importantes y susceptibles de una más adecuada utilización turística en los años de vigencia del Plan se han identificado los siguientes:

##### a) Recursos naturales

La variedad de relieve, la abundancia de fuentes y gargantas, y los propios núcleos (o pueblos) configuran un paisaje de gran belleza.

El clima, con temperaturas agradables en verano e invierno, per-



mite una temporada, al aire libre, semejante a la de la región levantina.

#### b) Recursos de interés recreativo-deportivo

— En las piscinas naturales de gran belleza natural, localizadas dentro de los núcleos urbanos o en sus inmediaciones, se han acondicionado zonas de baño, terrenos como solarium y bares y merenderos de carácter público.

La comarca de la Vera situada, en la ladera sur del Sistema de Gredos cuenta con cumbres que, por su dificultad o belleza, ofrece posibilidades para la escalada y el montañismo.

Posibilidades de desarrollar el senderismo por antiguas calzadas romanas, trochas y caminos y vías pecuarias y forestales y rutas a caballo, dadas las características paisajísticas, la suavidad de sus temperaturas y la proximidad de los núcleos urbanos.

También se puede practicar la pesca (especialmente de la trucha) y la caza mayor y menor.

#### c) Gastronomía, folklore y manifestaciones culturales

— Todos los municipios cuentan con fiestas y manifestaciones culturales, algunas de ellas, como el «Peropalo» y el «Empalao» han sido declaradas de Interés Turístico Nacional.

Se cuenta también con música, danzas y costumbres de carácter popular que constituyen un evidente atractivo turístico.

Las posibilidades gastronómicas están, en el momento actual, escasamente desarrolladas a pesar de la importancia de su gastronomía típica o tradicional.

Quedan todavía en algunos pueblos personas que realizan labores artesanas tradicionales, junto a un reducido número de nuevos artesanos que permiten fundamentar un nuevo tipo de animación y atractivo turístico no sólo con la venta y/o exposición de productos sino también como actividad educativa/recreativa.

Además en la comarca existen tres museos y algunas fábricas que por la singularidad de su producto y/o la forma de su elaboración constituye un atractivo adicional.

#### *Recursos arquitectónicos*

La comarca de la Vera cuenta con importantes recursos arquitectónicos. Contiene una mezcla de ejemplares de arquitectura culta e histórica y un conjunto muy singular de arquitectura autóctona o popular, distribuido por la mayoría de los municipios y entre los que destaca la casa tradicional verata.

También las poblaciones —como entidades superiores a la unidad arquitectónica— constituyen un atractivo turístico. La gran mayoría son de carácter relativamente complejo y concentrado y sus orígenes medievales.

Aunque cada pueblo posee su personalidad propia, en su morfología

gía urbana, un aspecto común a la mayoría es la unidad o interés de su arquitectura popular sobresaliendo tres de ellos que han recibido la declaración de Conjunto Histórico Artístico Nacional (Valverde, Villanueva y Garganta) y otro declarado Paraje Pintoresco (Cuacos de Yuste).

En conjunto se han identificado en los 18 núcleos, que forman parte de la Mancomunidad, 84 edificaciones singulares de interés arquitectónico, que permiten organizar recorridos turísticos dentro de los municipios y entre los distintos municipios de la comarca.

## **LA DEFINICION DE LA ESTRATEGIA**

### **Los objetivos y Programas prioritarios**

— En el Cuadro 2 se recoge el conjunto de programas prioritarios, cuyos objetivos específicos son los siguientes:

- Desde el punto de vista de la demanda se trata de conseguir un cambio de estructura y un importante aumento de la demanda turística de carácter comercial; aumentar el periodo vacacional en la temporada alta y el flujo turístico en baja temporada y captar un volumen más importante de demanda turística de clase media-alta y alta, tanto nacional como extranjera.
- Desde el punto de vista de la oferta de alojamiento y, como consecuencia de los cambios previstos en la demanda, se persigue mejorar la calidad de los servicios prestados por la hotelería familiar actualmente disponible, frenar el crecimiento de la oferta de clases media y modesta y crear una oferta específica orientada a la clase media-alta y alta.
- Crear un mínimo equipamiento recreativo-deportivo y animación turística, basado en el aprovechamiento racional de los variados y singulares recursos naturales y socioculturales disponibles, que sea complementario, tanto de la oferta de alojamiento actual, como la prevista de nueva creación.
- Instrumentar una política de promoción y comercialización que permita realizar los cambios cuantitativos y cualitativos previstos en la demanda y, en consecuencia, aumentar el grado de ocupación de la oferta de alojamiento actual y rentabilizar las inversiones, exigidas por la oferta turística a crear.
- Mejorar la capacitación de los recursos humanos actualmente empleados y la formación de aquellas personas que el crecimiento de la actividad turística ha de incorporar a medio plazo.
- Potenciar la gestión comarcal y autónoma de los recursos turísticos con el fin de facilitar el seguimiento y ejecución de los proyectos prioritarios seleccionados en el Plan.

### **El Programa de reconstrucción de viviendas y la importancia concedida a la recuperación del patrimonio en general**

— Dentro del total de inversiones destaca por su importancia cuantitativa y cualitativa, el Programa de reconstrucción de viviendas

**CUADRO 2**

**Distribución temporal por programas (miles ptas.)**

<b>Programas</b>	<b>TOTAL</b>
1. Alojamiento de clase media y modesta	69.300
1.1. Acceso a la propiedad	18.000
1.2. Fomento de la pequeña y mediana inversión	51.300
2. Alojamiento de clase media-alta y alta	226.850
2.1. Hotelería familiar de alta calidad	53.000
2.2. Recuperación de viviendas con arquitectura popular	173.850
3. Equipamiento recreativo y deportivo	16.777
3.1. Actividades náuticas	14.785
3.1.1. Creación de balsas naturales	800
3.1.2. Limpieza y mantenimiento de piscinas naturales	320
3.1.3. Creación de piscina artificial	1.000
3.1.4. Creación de un centro náutico deportivo	12.665
3.2. Turismo ecuestre	1.210
3.3. Rutas peatonales-Senderismo	380
3.4. Cicloturismo	402
4. Animación y recuperación de recursos	11.236
4.1. Recuperación de un edificio singular para cursos de artesanía y gastronomía	5.627
4.2. Museos	1.404
4.3. Investigación sobre gastronomía tradicional	250
4.4. Recuperación de las ruinas del Castillo de Nieva	1.205
4.5. Investigación histórica sobre Carlos V e Instalaciones	2.750
5. Infraestructura turística	24.272
5.1. Señalización	472
5.2. Reparación de carretera y otros servicios	22.000
5.3. Balcones paisajísticos y lugares de estancia al aire libre	1.800
6. Promoción y comercialización	24.225
6.1. Promoción y comercialización campaña 1985	1.775
6.2. Promoción y publicidad	12.100
6.3. Información turística	7.700
6.4. Acondicionamiento Casa Jeromín	2.650
7. Formación y capacitación de recursos humanos	2.660
7.1. Capacitación	2.100
7.2. Formación	560
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>375.320</b>

con arquitectura popular, cuyo objetivo fundamental es contribuir a la conservación del importante patrimonio inmobiliario disponible, al mismo tiempo que se crea una oferta actualmente inexistente para la clase media-alta y alta.

Por ello, el equipo técnico planteó como objetivo prioritario la reconstrucción de edificaciones, vacías y abandonadas, en vez de realizar nuevas construcciones y de esta forma hacer que el turismo también contribuya a la reconstrucción del patrimonio inmobiliario.

El Plan se propone reconstruir 38 viviendas durante los años 1986 a 1989 de 6 plazas cada una de media.

La creación de esta oferta específica de alojamiento mediante la recuperación de viviendas rurales presenta los siguientes objetivos:

- Crear una imagen de marca del turismo de la Vera, que no se conseguiría con una oferta convencional.

## RÉSUMÉ

Tout d'abord, dans l'article sont exposés quelques caractéristiques quantitatives et qualitatives essentielles (nombre de touristes, leur provenance et destination, durée du séjour, dépenses, etc.) de la demande touristique dans l'espace rural en Espagne.

Par la suite, l'article présente les résultats principaux de la phase de Diagnostic et Formulation de la stratégie du Plan de conservation et développement des ressources touristiques de la «Comarca de la Vera» (Province de Cáceres), comme suit: caractéristiques principales de la demande et de l'offre touristique actuelle, potentiel des ressources naturelles et socio-culturelles à disposition, objectifs et programmes prioritaires, avec référence spéciale au programme de réhabilitation de logements destinés à l'exploitation touristique, ainsi qu'à la gestion du Plan.

L'article s'achève par quelques recommandations pour l'élaboration d'une politique touristique dans l'espace rural en Espagne.

- Crear una oferta de alojamiento de carácter familiar de alta calidad.
- Generar un efecto demostración de respeto y valoración de la arquitectura popular e indirectamente desalentar las residencias secundarias y las urbanizaciones convencionales.
- Permitir una distribución de la oferta turística más equitativa entre los Municipios de la Comarca, facilitando así la integración y comunicación entre Municipios y entre turistas y población local.
- Estimular la recuperación de la artesanía local (especialmente de la construcción), optimizando los efectos del turismo en la economía local.

Además de los 173,9 millones de este Programa, el Plan contempla otros programas para recuperar el patrimonio inmobiliario de la Comarca, tales como la creación de hotelería familiar de alta calidad (51,3 millones), y la recuperación de una edificación singular destinada a taller de artesanía, incluido entre los programas de animación.

Por consiguiente una característica del Plan, que la diferencia de la estrategia turística convencional, es que dedica un porcentaje elevado de las inversiones a compatibilizar la conservación y el desarrollo turístico del importante patrimonio inmobiliario de la Comarca.

## Gestión del Plan

— Como ya se ha señalado, un objetivo prioritario del Plan es crear los instrumentos de gestión de los recursos turísticos a nivel comarcal y de carácter solidario entre los agentes (públicos y privados) que participan en la actividad turística de la Vera.

Este objetivo ha sido, en parte, alcanzado ya en 1984, al constituirse la sociedad anónima VERATUR, con un capital de un millón de pesetas, con participación de la Mancomunidad Intermunicipal de la Vera (60%), la Consejería de Turismo, Transportes y Comunicaciones de la Junta de Extremadura (25%) y el sector privado directamente ligado a la oferta de alojamiento (15%).

El objeto social como se recoge en los Estatutos es la «promoción, gestión y comercialización turística de la Comarca de «la Vera».

El equipo técnico recomienda que VERATUR sea una sociedad sin fines de lucro, lo que es coherente con la mayoritaria participación en ella del sector público (Mancomunidad intermunicipal de Municipios y Comunidad Autónoma de Extremadura).

Por otra parte VERATUR, como sociedad de gestión no necesita un capital importante, si bien debe irse ampliando con el fin de incorporar a la mayor parte de los agentes públicos y privados interesados en la conservación y desarrollo de los recursos turísticos de la comarca.

La contribución de VERATUR ha sido uno de los resultados más destacados de la fase de estudio del Plan no sólo en orden a asociar los intereses públicos y privados, sino para ejecutar parte de sus acciones, tales como la obtención de 17,3 millones de subvenciones

de la Secretaría de Estado de Turismo y 2,8 millones de la Consejería de Transportes, Turismo y Comunicaciones de la Junta de Extremadura, así como poner en marcha el primer Plan de promoción turística comarcal en 1985.

## RECOMENDACIONES PARA UNA PLANIFICACION COMARCAL DEL TURISMO RURAL

Las experiencias piloto, actualmente en ejecución, permiten identificar una serie de limitaciones para el desarrollo y conservación de los recursos turísticos del espacio rural. Con el fin de superar estas limitaciones a continuación se recogen algunas recomendaciones generales que, en nuestra opinión, debería incluir una política integral sobre turismo rural en España.

- Delimitación de criterios de ordenación y planificación a nivel comarcal. El turismo rural implica una ocupación y nucleación dispersa, con instalaciones de pequeña escala, no estandarizadas y adaptadas al medio natural y humano.

Esta nucleación dispersa debe fundamentarse en unidades (comarcas, valles, áreas de montaña, etc.) dotadas con infraestructura y servicios mínimos con el fin de evitar los riesgos de una acción poco coordinada. En términos generales el turismo rural consiste en el establecimiento de una red de pequeñas unidades espaciales con microequipamiento, que exige definir previamente unos criterios de ordenación y planeamiento para superar la etapa actual de desarrollo espontáneo y excesivamente desorganizado.

- Crear y estimular instrumentos de gestión específicos. La constitución actual de Sociedades Anónimas viene impuesta por las lagunas en la legislación española sobre fórmulas jurídicas de gestión operativas y sin fines de lucro.
- Asistencia Técnica a los Municipios y población rural para realizar la formulación, realización de proyectos, ejecución de obras y gestión del turismo rural.
- Creación de fuentes de financiación específicas. Las subvenciones disponibles deberían ir acompañadas de una política crediticia específica que en el caso de reconstrucción de viviendas debería ser a largo plazo y con tipos de interés reducidos.
- Elaborar un plan específico de formación y capacitación de los recursos humanos (gerentes de hotelería familiar, gerente de empresas de gestión de turismo rural, etc.).
- Concientización de la población rural para obtener su cooperación y participación en la gestión del turismo rural.
- Desde el punto de vista operativo es necesario un marco jurídico que recoja y potencie los instrumentos de ordenación, gestión, financiación y asistencia técnica específicos y permita la cooperación, coordinación y concertación entre los distintos niveles de la Administración (Central, Autonómica y Local) y, en conse-

### SUMMARY

The article summarizes at first some basic quantitative and qualitative characteristics of the touristic demands in the Spanish country side.

Then, main results of the «diagnostic and formulation» phase of the preservation and development of touristic resources in Comarca de la Vera (Cáceres) are presented: principal actual characteristics of the demands and touristic supplies, potential of natural resources and available social-cultural structures, objective and priority plans with special reference to the programme to restore accommodations for touristic use and the administration of the programme.

The article ends with some suggestions on how to establish touristic politics for the Spanish country side.

cuencia, la creación de una oferta turística rural de calidad y autenticidad.

A pesar del importante deterioro sufrido por el patrimonio y arquitectura popular (a causa del abandono durante los años de la emigración, destrucción y nuevas construcciones posteriores, etc.) se cuenta con una arquitectura rural todavía importante y variada, dada la heterogeneidad de los sistemas agrarios existentes en España. Evidentemente no todas las comarcas andaluzas tienen las mismas posibilidades turísticas. Pero es evidente, que si se elabora una política integral de turismo rural y este tipo de experiencias tiene éxito en el próximo decenio se podría recuperar, al menos, algunos ejemplos representativos de la arquitectura popular de los más importantes tipos de sociedades y culturas campesinas existentes en España en general.

#### ZUSAMMENFASSUNG

Im Artikel sind zunächst einige wesentlichen quantitativen und qualitativen Eigenschaften (Anzahl der Touristen, Herkunft- und Bestimmungsort, Aufenthaltsdauer, Auslagen, usw.) der touristischen Anfrage im ländlichen Raum in Spanien dargelegt.

Anschließend werden die wichtigsten Ergebnisse der Diagnose- und Formulierungsphase der Plan-Strategie für die Erhaltung und Entwicklung der touristischen Mittel der «Comarca de la Vera» (Provinz Cáceres) vorgelegt, wie folgt: wichtigste Eigenschaften der aktuellen touristischen Anfrage und Angebotes, Leistungsfähigkeit der zur Verfügung stehenden Natur- und sozio-kulturellen Mittel, prioritäre Ziele und Programme, insbesondere im Zusammenhang mit dem Plan für die Wohnungs-Instandsetzung zwecks touristischer Benützung, sowie mit der Planführung.

Der Artikel endet mit einigen Empfehlungen in Bezug auf die Ausarbeitung einer touristischen Politik für den ländlichen Raum in Spanien.