

Turismo rural y agroturismo

El caso italiano

Prof. Giovanni Montemagno
Dott. Valeria Arancio
Universita di Catania

Para comprender la situación y los problemas del turismo rural en Italia —y sobre todo del agroturismo, que es su forma más dispersa— hace falta, desde nuestro punto de vista, comprender los motivos de dos aspectos fundamentales de nuestra vida social: la evolución del mundo rural y de la agricultura —que constituye su actividad más relevante— y las relaciones entre el campo y la ciudad desde la antigüedad hasta épocas más recientes.

II

Habíamos dicho que el mundo rural —entendido como espacio no urbanizado y como relación entre este espacio y los asentamientos humanos que en él se encuentran— ha sido identificado desde la antigüedad con la actividad agrícola, que de este modo ha constituido la actividad económica dominante, origen y referencia de la vida social, religiosa, cultural, etcétera.

En el último siglo, en paralelo con el profundo cambio de los sistemas económicos y sociales (industrialización, urbanización masiva, progreso técnico), también la actividad agrícola ha sido profundamente modificada, y los aspectos más relevantes de este cambio, a primera vista, son los siguientes: la mecanización difusa, el aumento de la productividad, el cambio de las tipologías culturales, el crecimiento, en volumen y en valor, de la producción y, consecuentemente, la reducción de la mano de obra empleada y el abandono de los terrenos menos productivos: se ha reducido al mínimo el número de familias que habitan en el campo, y las carreteras que fueron construidas para hacer más fácil la vida en el medio rural han servido, en definitiva, para hacer posible el éxodo de las familias de los agricultores hacia las ciudades y para que los propios agricultores se desplacen a diario de la ciudad al campo; en síntesis, estamos asistiendo a la desertización del medio rural.

Se producen, por tanto, cambios profundos en el medio rural desde el punto de vista físico, social y cultural. Desde el punto de vista físico, basta considerar el hecho de que la modificación de los cultivos ha cambiado

radicalmente gran parte de los espacios rurales: la regularidad artificial de los cultivos intensivos modernos, las grandes infraestructuras —que se multiplican y ocupan cada día más espacio y volumen—, el abandono de grandes superficies —que implica la deforestación, la desertización y la alteración hidrogeológica—, la difusión de segundas residencias —a menudo en un estilo arquitectónico vulgar que contrasta con la del tipo de edificaciones tradicionales de la región—, son estos los factores de una transformación del medio casi siempre negativa y cada vez más irreversible.

Pero el mayor peligro es el de las modificaciones socioculturales, y para entenderlo exhaustivamente es necesario recordar hasta qué punto nuestra cultura nacional, en todas las regiones, tiene sus raíces en la cultura campesina, diversa en sus manifestaciones, pero homogénea en sus planteamientos fundamentales. La milenaria cultura campesina ha tenido un papel fundamental a la hora de determinar, tal y como aparecen en nuestros días, la literatura, las costumbres, el lenguaje, la religiosidad, la sucesión de las estaciones y de los hábitos y tipos de alimentación. Desde hace seis o siete lustros esta cultura no sólo se ha convertido en marginal en los mercados del desarrollo económico —y esto se podría incluso justificar—, no sólo ha sido abandonada por multitud de personas, transferida a la periferia informe de las grandes ciudades industriales, sino incluso —y esto no puede justificarse ni aceptarse— se ha renegado de ella como modelo cultural, se la ha considerado el símbolo de un pasado de pobreza que se quería enterrar, eliminarla totalmente de la memoria familiar y colectiva.

Una crisis económica de reducidas dimensiones, que es sobre todo el paso a nuevos órdenes productivos, pero una crisis social y cultural de enorme gravedad, que para superarla precisa una nueva relación entre la ciudad y el campo que todavía está en vías de establecerse.

III

La relación entre el campo y la ciudad tiene en Italia una historia milenaria y puede ser enfocado desde dos puntos de vista, el económico y el social.

Por lo que concierne al primero, nos limitaremos a recordar que, al menos hasta los primeros decenios del presente siglo, el papel económico del mundo rural —sobre todo en algunas regiones— era con mucho superior al de la ciudad, tanto en términos de renta como de ocupación, y la base de las grandes fortunas patrimoniales estaba siempre constituida por la propiedad inmobiliaria. La relación entre la ciudad y el campo estaba constituida, desde el punto de vista económico, por los flujos de productos que se intercambiaban en los dos sentidos, de los flujos correspondientes de moneda y de la actividad de mercado que cotidianamente desarrollaban ambos ambientes.

Desde el punto de vista social, sin embargo, hay que decir que la cultura campesina permeaba múltiples aspectos de la vida ciudadana, y ésto fue así durante milenios y para numerosos aspectos de la vida cotidiana, entre los cuales debemos recordar el uso, que es notable en los últimos años de la República Romana y después en tiempos del Imperio —y por tanto desde el primer siglo antes de Cristo en adelante—, de la «villeggia-

tura», o bien el dejar la ciudad, en general calurosa, ruidosa y maloliente, para pasar los meses estivales en el campo.

Esta costumbre, de la que existen tantos testimonios en la literatura, pertenecía a la nobleza y las clases altas, y decaerá después con la decadencia del propio Imperio, para renacer exactamente mil años después, cuando, del siglo XV en adelante, los grandes señores de Florencia, Milán o Venecia edifican —normalmente en zonas de colinas— sus espléndidas villas, que todavía hoy son testimonio de una cultura ya perdida.

Esta costumbre de la «villeggiatura» ha constituido en Italia, durante al menos cinco siglos, la ligazón cultural y de costumbres más fuerte entre la ciudad y el mundo rural, ya que los habitantes de las ciudades se adaptaban durante algunos meses al ritmo y al modo de vida del medio rural.

Desde el inicio del siglo XX algo comienza a cambiar por los sabidos fenómenos seculares y mundiales (industrialización, urbanización, revolución de los medios de transporte) y pasada la segunda guerra mundial el antiguo modelo entra en crisis de forma rápida y definitiva.

La pérdida de valor de la producción agrícola, el aumento de renta y de tiempo de ocio y toda una serie de fenómenos bien conocidos van a suponer el fin de la era de la clásica «villeggiatura» en el campo y constituirán el tiempo de las vacaciones en la costa, de los viajes al extranjero y de otras modalidades vacacionales más costosas y diversificadas.

IV

Sobre la mitad de los años sesenta el mundo rural se encuentra en plena crisis: la agricultura está en decadencia y el modelo social que de ella derivaba se ha modificado profundamente. Y es entonces cuando nace una nueva idea, cuando se crea una nueva palabra: ya no hablamos de la «villeggiatura» de las familias burguesas de clase medio-alta o de la nobleza, sino del «agroturismo» para todos y sin problemas.

En Francia, desde hace ya algún tiempo, se practicaba el turismo en espacio rural y la acogida «chez l'habitant» y, por tanto, la región del Valle de Aosta comienza a adoptar la misma práctica siguiendo la misma fórmula: otro tanto sucede en el límite septentrional, en el Oriente, donde en la región del Trentino Alto Adige se difunden las formas de acogida rural típicas del colindante Tirol o, más generalmente, de Austria; por fin, en la Italia Central, en Toscana y Umbría, se descubre y practica el agroturismo por los propietarios de segundas residencias en el campo, generalmente de nivel medio-alto, con estándares de calidad y precios muy diferentes de las regiones citadas en primer término.

El fenómeno se extiende y así nacen las asociaciones que se ocupan específicamente del agroturismo y que emanan de las grandes asociaciones del mundo agrícola, organismos que en Italia tienen un gran poder político y económico.

Las tres asociaciones son: **Agriturist** (derivada de *Confagricoltura*, asociación de los grandes propietarios), fundada en 1965 en Roma; **Terra Nostra** (derivada de *Coldiretti*, asociación de campesinos de tendencia católica o centrista), fundada en 1973; **Turismo Verde** (derivada de *Confcoltivatori*, confederación de agricultores de izquierda), fundada en 1976. En 1980 se funda finalmente **Anagritur**, un consorcio entre las tres asociaciones que tiene por objetivo la coordinación de las actuaciones comunes,

la investigación, la promoción y la formación de los operadores. Hay que decir que se han conseguido grandes progresos en estos campos, aunque permanece, en el sistema italiano, la anomalía derivada de la falta total, en los estudios teóricos y en la legislación, de mención al «turismo rural», un concepto realmente distinto de las definiciones legislativas del agroturismo, aunque en la práctica no falten casos en los que la distinción sea muy difícil.

V

Hemos hablado de legislación y es necesario decir que, de hecho, al difundirse contemporáneamente el agroturismo en el mundo rural, se comienzan a adoptar también una serie de medidas legislativas sobre este tema, medidas desarrolladas por las regiones, dado que la Constitución de la República de 1947 ha atribuido la competencia, en materia tanto de turismo como de agricultura, a las regiones, y desde 1970 todas ellas han asumido plenas potestades legislativas.

Debemos señalar como temas recurrentes de las legislaciones regionales la definición de agroturismo, que siempre se relaciona a la actividad del empresario agrícola —por las presiones obvias de las organizaciones agrícolas—, la definición de las actividades y de los estándares de las estructuras receptoras, en general, de dimensiones reducidas, siendo usualmente también previstos los incentivos técnicos y sobre todo financieros para el encauzamiento y la realización de las actividades agroturísticas.

Desde 1973 hasta 1985, 13 regiones italianas han sido dotadas de leyes sobre el agroturismo, pero muy a menudo con contradicciones y dificultades notables entre unas y otras: se hizo, por tanto, necesaria una armonización de los textos legales y se hizo mediante la Ley Marco Nacional n.º 730, del 5/12/1985, que establecía las grandes líneas y las definiciones básicas de esta materia.

En los años siguientes la legislación regional se ha adaptado a la Ley Marco, constituyendo un conjunto más coordinado, aunque quedan todavía contrastes y diferencias y no se ha definido aún a nivel nacional la compleja problemática del tratamiento fiscal del agroturismo.

En conclusión, debemos subrayar que la falta de definición de turismo rural en sentido amplio constituye una seria dificultad para el desarrollo del sector, sobre todo en estos últimos años en los que la Comunidad Europea, habiendo decidido intervenir de forma contundente en materia de turismo, ha elegido el turismo rural como área privilegiada de intervención (ver la comunicación «Actuaciones Comunitarias en favor del Turismo Rural», de octubre de 1990, y el programa LEADER de julio del mismo año). Parece difícil para los operadores italianos hacer coincidir sus actividades en materia de agroturismo con las definiciones comunitarias de turismo rural, con las subsecuentes pérdidas de ayudas e incentivos técnicos y financieros.

VI

La oferta agroturística italiana, tal y como ha sido presentada en las guías de las tres asociaciones (Guía de Alojamientos Rurales, Itinerarios Agroturísticos y Vacaciones con Nosotros), aparece muy difundida y diferenciada —como veremos más adelante—; ha sido cuantificada en cerca

de 7.000 explotaciones y 90.000 camas, la mayor parte controlada por las tres asociaciones y con una gran variedad de tipos de acogida, desde la pequeña explotación agrícola en el Trentino al castillo de Toscana que ofrece alojamiento de lujo.

En este punto querríamos solamente evidenciar que en el tratamiento teórico y en la práctica, en Italia estamos todavía lejos de la concepción, sobre todo francesa, de «producto turístico», que une a la oferta de alojamiento y restauración, el disfrute de recursos turísticos (bienes y actividades culturales, deportivas, etcétera, espectáculos, fiestas, folklore, etcétera). Ciertamente la mayor parte de las empresas agroturísticas ofrecen actividades de ocio y recuerdan la proximidad de recursos y de otros lugares de atracción (ciudades de arte, mar y montaña), pero falta la evidencia de la confección de este producto y, sobre todo, la garantía de su calidad y de su contenido.

Se podría a este respecto trazar una auténtica diferenciación filosófica entre la concepción francesa y la italiana, siendo patente que la primera favorece la concepción del turismo rural como una actividad turística que sirve para diversificar el sistema de oferta, mientras que la segunda favorece la concepción del agroturismo como una actividad relacionada con la agricultura, que sirve para complementar la renta y la ocupación.

Pero este discurso nos llevaría demasiado lejos y conviene volver a nuestro tema específico, pasando a analizar algunos aspectos más técnicos del sistema agroturístico italiano.

VII

Afrontar hoy un examen de la oferta agroturística en Italia significa, en gran medida, analizar un fenómeno que si por una parte se ve generalmente como una gran promesa, por otra constituye ya una realidad concreta a la que referirse, aunque todavía no tenga una dimensión particularmente relevante.

En Italia parece que existe un nudo todavía no resuelto que obstaculiza el desarrollo del agroturismo: se constata, de hecho, un despegue todavía lento que dificulta toda esperanza de crecimiento.

Del análisis de la demanda se desprende que las «vacaciones verdes» son una opción todavía relativa en el abanico de elecciones turísticas de los italianos, para muchos de los cuales la realidad de la vida rural presenta unas raíces que de algún modo han sido negadas.

A pesar de todo esto, se observa una tendencia de la demanda, en particular de aquella caracterizada por un nivel cultural superior, al ver el fenómeno turístico como la manifestación de una inversión respecto a las características del *fluir* de la vida cotidiana. Así, las vacaciones se convierten en una búsqueda de la propia subjetividad, de la propia cultura y naturaleza, que impulsa al turista italiano hacia el campo y el mundo rural.

El modelo de vida agreste, a fin de estimular la demanda, debe, por tanto, volver a proponer una configuración tradicional de la actividad productiva. Esto, que se enfrenta a las exigencias de la agricultura moderna, difícilmente conciliable con el disfrute turístico de los mismos lugares, enfatiza la dimensión social y económica de un agroturismo realizado en pequeñas explotaciones.

Para comprender mejor la estructura de esta oferta hace falta, en nuestra opinión, recordar brevemente las características fundamentales del conjunto del mundo agrícola italiano, las cuales se desprenden de los últimos censos, como conclusión de un proceso de cambio que se ha desarrollado durante los últimos cuarenta años.

Se observa así una reducción del número de propiedades agrícolas, un cierto aumento de las explotadas directamente y el hecho de que la mayoría de las empresas (más del 80 %) son explotaciones familiares, sin empleo de mano de obra complementaria.

Los jóvenes con edad inferior a veinticinco años aumentan y también el nivel de profesionalidad, y el resultado es que estas empresas no se inscriben plenamente en el proceso de industrialización, sino que lo hacen de una forma natural y moderna, transformando la organización interna de patriarcal a familiar.

Debido a dichas características, las explotaciones agrícolas italianas pueden constituir la sede ideal para el desarrollo de las actividades agroturísticas, ofreciendo la respuesta adecuada a las exigencias de un cliente que precisa un producto turístico y una gestión de la oferta ni masificada ni artificial, sino de dimensiones humanas y familiares, en la que la relación entre el hombre y su entorno no se vea mediatizada por la artificialidad.

VIII

De acuerdo con la normativa italiana, la actividad agroturística debe realizarse en explotaciones agrícolas activas, donde los turistas puedan eventualmente participar aunque sea como simples espectadores de las actividades agrícolas, del cultivo o disfrute de los productos de la explotación, estando prevista la venta de dichos productos durante la estancia, o en cualquier otro momento también para los visitantes ocasionales.

En este tipo de explotaciones las posibilidades de alojamiento para el turista dependen de la disponibilidad y de las características de las edificaciones. En la mayor parte de los casos, el alojamiento se produce en la propia residencia de los agricultores, oportunamente provistas de los servicios esenciales; también en edificaciones rurales que ya no se utilizan para las actividades productivas, usadas ahora para el alquiler de habitaciones con servicio común y sin disponibilidad de cocina, o articuladas en alojamientos independientes en los cuales los huéspedes serán del todo autónomos. Algunas veces se pueden encontrar incluso antiguas edificaciones restauradas, donde la estancia constituye una experiencia sugerente, sobre todo cuando son edificios con un especial relieve histórico y arquitectónico («trulli» y «masserie» fortificadas en Puglia, villas toscanas, granjas piemontesas, etcétera).

En lo que se refiere a la organización de la restauración, los agricultores pueden preparar, bajo demanda, platos típicos utilizando productos locales, o también podrán consumirse en otras explotaciones o restaurantes vecinos. Usualmente, en el caso del alojamiento en habitaciones, está prevista la preparación en la explotación del desayuno y de al menos una comida al día, preferiblemente la cena; mientras que si se trata de alojamientos independientes, la disponibilidad de una cocina privada permite a los huéspedes ser autónomos en la provisión de sus comidas, para lo que tendrán siempre disponibles los productos de la explotación que los aloja o de las inmediatamente vecinas.

Para aquellos que interpretan las vacaciones al aire libre en la lógica de la máxima autosuficiencia, está prevista también la modalidad del agrocámping, que ofrece un número limitado de tiendas, roulottes o campistas en una propiedad agrícola. Esta podrá ofrecer los servicios necesarios y eventualmente ofrecer sus propios productos alimentarios, incluso preparados, así como el acceso a las posibilidades recreativas.

Un elemento importante de las explotaciones agroturísticas es la actividad recreativa que se pueda realizar en ellas. Ante todo, está prevista la posibilidad de conocer y eventualmente practicar, como una compensación simbólica, las actividades rurales relativas al cuidado del ganado, a la siembra y recolección de los productos, e incluso a la transformación y manejo de estos últimos.

Una actividad recreativa típica del agroturismo, relacionada con las explotaciones de mayor tamaño, es el turismo ecuestre, con la organización de cursos de aprendizaje o de excursiones y, cada vez más frecuentemente hoy en día, visitas en explotaciones vecinas de interés cultural. También las tradiciones artesanales y gastronómicas, sobre todo en las regiones del Centro-Norte, sirven para organizar cursos de aprendizaje, itinerarios culturales, visitas guiadas ofrecidas por los agricultores de acuerdo con la población local.

Naturalmente la propuesta recreativa de una explotación agroturística no depende sólo de las dimensiones de ésta, sino también de su localización (cercanía de parques y reservas naturales, ciudades artísticas, lagos, ríos, etcétera); corresponde entonces a la capacidad organizativa del empresario aprovechar las oportunidades del lugar, teniendo presente que cuanto más diversificada y de mayor calidad sea la acogida, tanto mayor será la satisfacción del huésped y el éxito económico de la actividad agroturística.

IX

El desarrollo del turismo rural en Italia ha sido muy distinto para cada región, dependiendo de las condiciones sociales, de la posición geográfica y de las condiciones medioambientales de cada una de ellas; así como de los recursos estructurales, del nivel de vida y de la predisposición a la actividad turística de las explotaciones particulares. En general, se trata de un fenómeno con una dinámica compleja al que le cuesta acelerarse a causa de una deficiente integración entre la política nacional y la normativa regional, donde se encuentra establecida la reglamentación del agroturismo.

De hecho, las regiones han incorporado con una cierta demora las disposiciones estatales de la Ley Marco 217/1985; en particular, y con la excepción de ciertas regiones (Toscana, Emilia Romagna, Umbría), todavía no se han elaborado los Programas Agroturísticos Regionales que deberían contener los objetivos del desarrollo regional del agroturismo en relación con las áreas de interés prevalente agroturístico, individualmente consideradas.

Faltan, por tanto, datos contrastados sobre las dimensiones y las características de la oferta agroturística; existen, sin embargo, algunos indicadores que permiten realizar hipótesis bastante cercanas a la realidad. Estos instrumentos son las guías promocionales realizadas por las asociaciones agroturísticas —Agriturst, Turismo Verde, Terra Nostra—, y sobre

la base de los datos que se pueden obtener de estas guías, Agriturismo ha dirigido una investigación cuantitativa y cualitativa del fenómeno, utilizando una muestra de, aproximadamente, 1.500 explotaciones con un total de 21.000 camas.

De dicha encuesta se desprende una concentración de las explotaciones en las regiones del Norte, entre las cuales el Alto Adige supone un 28 % del total de explotaciones en Italia.

En relación, sin embargo, al análisis de la dimensión media de las empresas, calculada a partir del número de camas ofertadas, se desprende que, en general, la media se mueve entre nueve y doce camas; mientras que en el Norte prevalecen las empresas de dimensiones inferiores; las empresas en el Sur, aunque menos numerosas, ofrecen un mayor número de camas.

Si observamos después la distribución de los empresarios agroturísticos según los distintos perfiles profesionales, se constata una gran prevalencia de los agricultores directos, cuya presencia resulta masiva en el Norte (58,2 %) y mínima en el Sur (30,4 %) y en las islas (26,7 %); por lo que se refiere a los empresarios agrícolas, éstos predominan en las regiones centrales —Toscana, Umbría, Marche y Lazio—, donde suponen el 40 % del total.

La presencia de agricultores directos o de empresarios agrícolas depende estrechamente de la dimensión media de la explotación; los agricultores directos predominan en el Norte en empresas de tipo medio, mientras que los empresarios agrícolas predominan en el Centro, y en parte en el Sur, en propiedades de grandes dimensiones.

En lo que se refiere al tipo de hospedaje, si consideramos los tres tipos de categorías de alojamiento —superior, confortable y básica—, podemos notar un claro predominio de la categoría «confortable», en la cual converge casi el 80 % de las explotaciones. Estas últimas se concentran fundamentalmente en el Norte y en el Centro, mientras que en el Sur y en las islas encontramos explotaciones con un equipamiento inferior.

El agrocamping, una forma todavía no muy extendida de agroturismo, supone el 20 % de las explotaciones, con una mayor incidencia en las regiones meridionales (33 % de las explotaciones).

La fórmula preferida por los empresarios sigue siendo el alquiler de habitaciones y apartamentos, con un predominio neto de estos últimos en casi todas las regiones, ya que suponen un menor esfuerzo organizativo y de gestión para el empresario. Son una excepción de Alto Adige, el Piemonte y la Lombardia, donde el alojamiento en habitaciones está tradicionalmente ligado en general al servicio de restauración.

En definitiva, por lo que respecta al factor económico, se puede observar un incremento del precio medio respecto a los años precedentes, aunque siga manteniéndose decididamente competitivo respecto a los tipos tradicionales de turismo. El nivel de precios más representado en Italia, al que pertenecen todas las explotaciones del Trentino y el 41 % de las del resto de la península, está comprendido entre 11.000 y 20.000 liras por persona y noche. Esto se explica si lo relacionamos con algunos cuellos de botella que todavía hoy frenan el desarrollo del agroturismo en Italia: nos referimos a las cargas fiscales cada vez más duras, a la carencia de incentivos regionales, paralelamente a las exigencias de mayor calidad en la oferta, tanto en términos de comodidad como de eficacia y profesionalidad en el servicio.

Entre los servicios ofertados por los operadores agroturísticos, el que más determina la calidad es el de restauración, y más aún, tal y como está previsto en nuestra legislación, efectuado con productos locales o de elaboración propia. Esto último conlleva un gran esfuerzo de mano de obra, que explica por qué se ofrece este servicio en un número tan reducido de explotaciones dispersas, con un predominio en las regiones del Norte, donde en el mayor número de casos se ofrece además la posibilidad de elección entre el servicio de pensión completa y de media pensión. Incluso más reducido es el número de operadores que además de ofrecer servicios de restauración gestionan restaurantes rurales abiertos a visitantes ocasionales; son una excepción Lombardía y Trentino, donde las explotaciones que ofrecen dichos servicios suponen el 22 y el 27 % respectivamente.

Debemos, finalmente, recordar la venta directa de productos, el servicio complementario más difundido entre las empresas agroturísticas, cuyos productos típicos o simplemente naturales y genuinos contribuyen eficazmente a la imagen de este tipo de vacaciones. Este servicio se presta especialmente en las empresas del Centro-Sur, para las cuales la venta de estos productos representa un incremento notable de renta, mientras que en el Norte el número de explotaciones que practican dicha actividad es más reducido.

X

Vamos a examinar a continuación algunos aspectos microeconómicos de la actividad agroturística, comenzando por la valoración inicial del éxito previsible de las inversiones, por justificar la entidad y decidir las características de las obras que se pretende llevar a cabo.

• Un primer elemento de análisis es el estudio de la demanda que se cree que puede dirigirse a la explotación en relación con su localización, que puede influir tanto en el período de permanencia como en la estacionalidad de la oferta.

En un primer momento se pueden distinguir cuatro situaciones típicas:

- Agroturismo de montaña, caracterizado por una notable presencia turística tanto en verano como en invierno, por lo que se pueden alcanzar ciento cuarenta días de ocupación anual del alojamiento; este tipo se encuentra extendido en las proximidades de las estaciones de esquí, y sobre todo en las regiones del Trentino y del Valle de Aosta.
- Agroturismo en los alrededores de las ciudades artísticas, también caracterizado por una notable afluencia turística durante todo el año, con un alto grado de ocupación anual que puede llegar a ciento treinta días; se da sobre todo en las regiones de Umbría y Toscana.
- Agroturismo de colinas, que comprende las iniciativas agroturísticas realizadas en zonas de típica vocación rural, para el disfrute de los recursos naturales o paisajísticos. Este tipo de explotaciones se encuentra principalmente en las regiones de Emilia Romagna, Friuli y Piemonte y presentan valores medios de ocupación que varían sensiblemente entre cincuenta y ciento veinte días al año.

- Agroturismo de las regiones litorales, extendido en el Mediodía, donde se realiza la combinación entre vacaciones de salud y el agroturismo. En dichas explotaciones el grado de ocupación se encuentra alrededor de setenta días al año.

Estas categorías tienen un valor indicativo ya que en la realidad encontramos casos de explotaciones reconducibles a más de una de las categorías anteriores, aunque sea con distintos niveles de prevalencia. De cualquier forma, constituyen un elemento importante en la determinación de los precios para los distintos tipos de alojamiento. De hecho, en agroturismo además de los niveles y de la calidad de los servicios, que inciden sensiblemente en los precios, la localización de las explotaciones en las áreas de mayor vocación turística puede permitir practicar precios más altos y poco diferenciados de los que ostentan los establecimientos turísticos convencionales.

Esto desmiente la hipótesis usual de que el agroturismo sea un tipo de turismo barato, aunque se mantenga, de todas formas, a un nivel de precios en la mayor parte de los casos inferior al que corresponde a las distintas tipologías turísticas de similar categoría.

La fijación del precio debe tender al máximo ingreso posible en función de los servicios prestados, sin incidir, sin embargo, en el grado de ocupación anual.

En este momento, a fin de realizar una estimación de los beneficios de la actividad agroturística, además de las previsiones de ocupación y a la fijación de precios que determina los ingresos es necesario un análisis de las previsiones de los costes.

La primera partida de costes que hay que analizar es la restauración y el equipamiento de los edificios que se van a dedicar al alojamiento y/o la restauración de los huéspedes.

Según las valoraciones de las organizaciones agroturísticas italianas, a precios corrientes, el costo medio de equipamiento de una plaza puede variar de tres a 30 millones de liras, con una variación muy elevada que depende de las distintas condiciones de las explotaciones y de la tipología de la oferta. En todo caso la inversión prevista está unida a las previsiones de rentabilidad y puede estar influida por las eventuales ayudas financieras que proporcionan las leyes de incentivos regionales.

En segundo lugar, hace falta considerar los gastos de mantenimiento de los edificios, que no se pueden medir de una forma constante, ya que están fuertemente influidos por las características de los edificios, por el uso y por situaciones imprevisibles. De todas formas, se puede afirmar que dichos gastos son mayores en el caso de edificaciones antiguas, para las cuales, en general, se estima un mantenimiento anual de alrededor del 2-3 % del valor del edificio restaurado, con una incidencia de cerca del 15-20 % de los ingresos anuales derivados de la oferta de alojamiento.

Por lo que respecta a los gastos de gestión, varían en relación a los servicios prestados, simplemente alojamiento o también de restauración, y vienen representados por el consumo de energía, reposición de mobiliario e instalaciones, y por el coste de las materias primas necesarias para la preparación de las comidas. En este último caso dichos gastos son tanto menores cuanto, más productos de elaboración propia se utilicen. Los gastos de gestión son, por otra parte, proporcionales al grado de utilización de las infraestructuras y los servicios, y se estima una incidencia media de alrededor del 5-10 % de los ingresos.

Orientativamente la incidencia de los costes de gestión ordinaria sobre la renta bruta puede valorarse de la siguiente manera.

- 5-10 % de los ingresos en el caso de alojamientos independientes.
- 10-20 % en el caso de acogida en habitaciones.
- 40-50 % en el caso de suministro de comidas.

Son menos relevantes las partidas de gasto relativas a la organización y administración de un *cámping agroturístico*; el coste de realización de los servicios esenciales (higiénicos, hídricos y eléctricos a una distancia relativamente corta de las áreas de acampada) pueden variar, en general, de tres a diez millones de liras, dependiendo de las estructuras preexistentes o eventualmente reconvertibles para este fin.

Finalmente, es necesario considerar las partidas de gasto correspondientes a las cargas fiscales, que, orientativamente, pueden situarse en el 20 % de los ingresos.

Consideración aparte merece el empleo de mano de obra, que varía considerablemente dependiendo del tipo de organización de la empresa. Más concretamente, la cantidad de personal empleado varía en relación al número de huéspedes y al tipo de servicios prestados; así, en el caso de alojamientos independientes, el empleo de mano de obra se reduce al mínimo, mientras que alcanza niveles más elevados en el caso de alojamiento en habitaciones y dependiendo de las eventuales actividades que se puedan organizar.

En general, se estima que para la gestión de una actividad turística que incluya el alojamiento en régimen de media pensión es necesario un empleado a tiempo completo cada 10-12 huéspedes, mientras que en el caso de alojamiento independiente se estima suficiente un empleado cada 30-40 huéspedes.

Concluyendo, podemos esquematizar del siguiente modo la incidencia porcentual de las partidas de gastos sobre el total de ingresos:

- | | |
|--------------------|---|
| 1. Mantenimiento | 15-20 % |
| 2. Gestión | 5-10 % (apartamentos)
10-20 % (habitaciones)
40-50 % (restauración) |
| 3. Cargas fiscales | 20 % |

Como se deduce del esquema anterior, la incidencia de los costes sobre los ingresos varía desde un mínimo del 40 % hasta un máximo del 90 %, dependiendo de la tipología de los inmuebles y el carácter de la oferta, y consecuentemente también los beneficios de la explotación (ingresos menos gastos) varían en un espectro muy amplio, de forma tal que garantizan un nivel de beneficios que desde un mínimo aceptable puede llegar a un máximo de una cierta relevancia.

XI

Si ahora pasamos a considerar, desde la valoración que puede hacer una empresa de sus resultados económicos (inversiones - precios - ingreso - costes - beneficios), el conjunto de las empresas agrícolas que practican el agroturismo, los resultados de esta actividad pueden ser los siguientes:

1) El conjunto de las rentas monetarias de las familias o de las empresas, y, por tanto, con los beneficios netos de las entradas monetarias menos los costes variables.

2) El conjunto de horas y días de trabajo de los miembros de la familia o de asalariados de otra forma desaprovechados.

3) El incremento de la venta de productos agroalimentarios de la explotación, que de esta forma no pasan por el mercado, con beneficio para la misma.

4) La mejora de la calidad de vida de la familia campesina debida a:

a) La adquisición de nuevos bienes y servicios.

b) La participación en actividades sociales, culturales, recreativas, etcétera.

c) La adquisición de experiencias y conocimientos profesionales y sociales por el contacto con los turistas.

Las partidas incluidas en el punto 4 pueden ser cuantificadas con muchas reservas sobre la validez de las posibles estimaciones, pero de todas formas mantenemos que, con las oportunas cautelas, el esquema anterior puede constituir un modelo sencillo de análisis coste-beneficio de una empresa agroturística.

Finalmente, haremos sólo una pequeña alusión a la valoración de los efectos macroeconómicos del agroturismo, a nivel regional o nacional, estableciendo sus objetivos y las políticas oportunas de apoyo.

Se puede, por ejemplo, establecer que el turismo rural y el agroturismo —o mejor, las ayudas que se concedan a los mismos— pueden ser concebidas y utilizadas para efectuar una redistribución de la renta que favorezca las áreas de interior o deprimidas; se podría suponer que éstas pudieran favorecer una redistribución de los flujos turísticos desde el litoral, la montaña y las ciudades turísticas hacia los espacios rurales, o bien desde el verano hacia la primavera y otoño; por otra parte, se puede afirmar que la difusión del turismo rural y del agroturismo puede, como efecto a largo plazo, conseguir la permanencia en el ámbito rural de un cierto número de familias de agricultores y, en consecuencia, favorecer el mantenimiento del medio ambiente físico y cultural.

De la realización o de la falta de realizaciones de estos objetivos se puede incluso intentar una valoración cuantitativa, procediendo de esta manera al planteamiento de un esquema de análisis coste-beneficio que puede suministrar indicaciones útiles para evaluar el efecto positivo de la asignación de recursos financieros y de otro tipo por parte de la administración pública.

Se puede plantear un esquema parecido, aunque a nivel regional, para desarrollar, con especial cuidado, políticas de apoyo al turismo rural y al agroturismo con el fin de desarrollar la oferta turística de la región e incluso para equilibrar la situación de retraso comparado típico de las regiones del interior.

XII

Para llegar a una conclusión significativa, pretendemos ahora presentar algunos de los principales problemas que, desde nuestro punto de vis-

ta, se presentan para el futuro en Italia en materia de turismo rural, o mejor, de agroturismo tal y como está organizado, regulado y practicado en casi todas las regiones.

El primer problema es el ya mencionado de la falta de elaboración a nivel técnico y legislativo de un auténtico concepto de turismo rural, en sus múltiples formas posibles, limitándose la acogida en el medio rural a la única forma de agroturismo, con todas las restricciones prácticas que esto conlleva.

Este es un obstáculo que la política turística italiana deberá resolver lo más rápidamente posible, y podría ser una buena ocasión, a breve plazo, la reforma de la ley marco del turismo, aunque en el Proyecto de Ley actualmente en circulación no exista mención alguna al turismo rural o de cualquier otra forma de turismo que se pretenda privilegiar y difundir.

Un segundo problema que deberá afrontar y resolver la organización agroturística italiana es la ausencia del concepto, típicamente francés pero muy útil para el desarrollo de ofertas sectoriales, de «producto turístico», entendido como alojamiento, restauración, animación y cultura de acogida que se concretiza en actividades —deportivas, culturales, recreativas, etcétera— complementarias, tan solicitadas por los turistas. Sin esta adquisición, consideramos que las perspectivas de desarrollo del agroturismo serán limitadas y es por ésto que adquiere un gran relieve otro problema italiano, que es el de la formación del personal.

Aunque de hecho existe una serie de actividades difusas de formación, llevadas a cabo por las asociaciones u otros organismos públicos o privados, esta formación se ha dirigido casi siempre a los operadores de las explotaciones agroturísticas, pero no a los operadores de los organismos públicos que debieran estar preparados para organizar la oferta completa de una región o de un área concreto y que se caracterizaría en aquello que hemos denominado producto turístico.

Cabe poner de relieve, por último, la relación entre la oferta agroturística y la tutela del medio ambiente, o mejor, la sensibilidad ambiental de los operadores del sector; no parece, de hecho, suficientemente difundida entre los operadores del sector la convicción de que el turismo en espacio rural es hoy la forma de turismo que mejor responde a las demandas ecológicas, tan importantes en la cultura contemporánea, y que exige que la oferta se adapte perfectamente al medio, por ejemplo, con la elección adecuada de infraestructuras ligeras y de edificaciones bien integradas en su entorno, como podría ser la recuperación con fines turísticos de los cientos de miles de edificios rurales abandonados. Esta es también una carencia que debe superar la oferta de turismo rural en Italia lo más rápidamente posible, para no quedar excluida de las grandes corrientes de demanda, y para no sufrir daños irreversibles.

En definitiva, la situación de la oferta de turismo rural o de acogida en el medio rural tiene grandes perspectivas de desarrollo en Italia, por su naturaleza y por la enorme riqueza de bienes naturales y culturales y de actividades con las que se puede relacionar esta oferta; pero existen también problemas, algunos de los cuales no son de fácil solución y que pueden retrasar o impedir este desarrollo.

Será tarea de los estudiosos en la materia indicar las soluciones, y de las autoridades competentes encontrar los medios para llevar a cabo dichas indicaciones; y no es y no será una tarea fácil.