

NUEVAS FORMAS DE TURISMO EN LOS ESPACIOS RURALES ESPAÑOLES

Fernando Martín Gil*

Resumen: Este artículo es una aproximación al estado actual de las denominadas "Nuevas Formas de Turismo" en los espacios rurales españoles. En las próximas páginas se realiza una exposición somera de la tipología de actividades turísticas que se desarrollan en nuestro país, analizamos la localización y la evolución de la oferta, así como la legislación regional que regula las actividades, exponemos los principales problemas que afectan al sector y finalizamos con algunas propuestas de actuación.

Abstract: This report is an approach to the nowadays state of the named "New Ways of Tourism" in the Spanish countryside. In the following pages there is a brief exposition of the type of touristic activities that take place in our country, we analyse the place and evolution of the offers together with the regional laws that rate the activities, we show the main problems that affect the tourism and we end with some proposals of behaviour.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo no es un fenómeno nuevo en nuestras áreas rurales. El Turismo Gastronómico, el Turismo Cultural, el Turismo Cinégetico y el Turismo de Retorno (1) son practicados en estos territorios desde hace décadas por millones de españoles. Ahora bien, en la segunda mitad de los años ochenta y en un contexto de importantes cambios estructurales en las áreas rurales, asistimos a la aparición de nuevos fenómenos turísticos que tienen gran relevancia para el desarrollo de nuestros pueblos: surgen las denominadas Nuevas Formas de Turismo.

En la década de los ochenta, y tras nuestra incorporación a la Comunidad Europea, se agudiza la crisis agraria, que desemboca en la reforma de la Política Agraria Comu-

nitaria (PAC). La reducción del proteccionismo y la disminución del precio de los productos agrarios como resultado de las reformas de la PAC han significado una caída de la rentabilidad de numerosas explotaciones y, en consecuencia, la disminución de las rentas de las familias rurales. Una situación estructural que obliga a los gobiernos y a las poblaciones rurales a buscar nuevas alternativas económicas, entre las que ocupa un lugar destacado el turismo.

El desarrollo en los años sesenta de la cultura ecologista y la posterior adopción de parte de sus valores por el conjunto de la sociedad ha revalorizado los espacios rurales debido a su condición de territorios de alto valor medioambiental. La ausencia de contaminación, la calidad del paisaje, de la flora y de la fauna se han convertido en re-

* Doctor en Geografía Humana y Ordenación del Territorio. (Departamento de Geografía Humana, Facultad de Geografía e Historia, Universidad Complutense de Madrid), Licenciado en Geografía e Historia (Universidad Complutense de Madrid) y Diplomado en Ordenación del Territorio (Universidad Politécnica de Valencia).

cursos económicos de primer orden. En este contexto, el campo adquiere valor de cambio, atributo potenciado por la industria del ocio que, sirviéndose de modernas técnicas comerciales, ha sabido crear una enorme demanda de actividades turístico-recreativas en el medio rural.

Por otra parte, las fuertes inversiones públicas en infraestructuras de comunicaciones y el desarrollo de medios de transporte cada vez más eficaces han permitido disminuir sustancialmente el tiempo de viaje invertido en trasladarse desde las ciudades a los pueblos, de forma que cada vez es más rápido y barato el desplazamiento de grandes volúmenes de población urbana a los espacios rurales.

En tales condiciones estructurales surgen las "Nuevas Formas de Turismo", que se caracterizan por ofrecer una tipología de alojamiento netamente diferenciable respecto a la oferta convencional y por incluir una gran diversidad de actividades de ocio y recreación realizadas, habitualmente, en espacios abiertos. Como podremos comprobar, muchas de estas actividades se vienen desarrollando en los espacios rurales de forma espontánea desde hace décadas, pero lo que realmente resulta novedoso es su comercialización.

La multitud de actividades que podemos encontrar en el mercado aconseja abordar la exposición en tres grandes apartados: uno que contemple el Turismo Deportivo, un segundo en el que nos ocupamos del denominado Turismo Ambiental y un tercero que trata sobre el Turismo en Alojamientos Rurales (2).

2. EL TURISMO DEPORTIVO

El Turismo Deportivo se caracteriza por la práctica de actividades nuevas (actividades-aventura), sorprendentes, que exigen esfuerzo físico del turista y en ocasiones implican cierto riesgo. Descenso de cañones, *rafting*, escalada, espeleología, vuelos en ala delta, vuelos sin motor, vuelos en globo, rutas en vehículos todo terreno o en bicicleta de montaña, orientación campo a través, esquí de fondo (3), parapente, senderismo y rutas a caballo son algunas de las actividades asociadas a esta forma de turismo en la que, con frecuencia, se combinan varias de ellas.

Uno de los elementos que diferencian a esta modalidad de turismo es la tipología de alojamiento ofertada. Las actividades deportivas se realizan al aire libre, en espacios frecuentemente alejados de las vías de comunicación que no cuentan con infraestructuras hoteleras. Por este motivo, es usual que los turistas deban pernoctar en alojamientos no convencionales (tienda de campaña, refugios de montaña, instalaciones agropecuarias abandonadas), aunque también pueden hacerlo en establecimientos convencionales (hoteles, hostales, etc.).

El desarrollo del Turismo Deportivo como actividad económico-empresarial no requiere de grandes inversiones en infraestructuras y equipamientos. El perfil básico del turista corresponde a individuos jóvenes y sanos de mediano poder adquisitivo. Entre los practicantes apenas encontramos personas de edad avanzada y tampoco niños, colectivos de riesgo para la práctica de este tipo de deportes.

Resulta relativamente complejo realizar a escala nacional un inventario de empresas del sector, y esto por dos razones. La primera se deriva del hecho de que las comunidades autónomas son competentes en esta materia, mientras que la administración central apenas mantiene competencias al respecto, de modo que para realizar un inventario exhaustivo de la oferta es preciso recurrir al análisis de los registros de empresas turísticas de cada región, una metodología que se escapa a nuestras posibilidades. La segunda razón es que se trata de una modalidad de turismo muy reciente en nuestro país y como todo sector económico innovador está sujeto a un rápido proceso de natalidad y mortalidad de empresas que complica el cálculo del número de aquellas que en un momento dado se mantienen en activo. Ahora bien, podemos realizar una aproximación a la realidad actual en España a partir de la información obtenida en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que se celebra anualmente en Madrid, único recinto físico en todo el Estado donde se puede obtener información impresa acerca de la oferta de todo el país.

A pesar de que no todas las empresas españolas acuden a este evento, sí lo hace un número considerable, de forma que podemos asumir que las conclusiones del análisis expuesto a continuación constituyen una aproximación válida a la realidad. En 1992 acudieron a FITUR 71 empresas de Turismo Deportivo, mientras que en 1994 el número ascendía a 141. En los mapas 1 y 2 cartografiamos a escala provincial la localización de las empresas. De estos datos y del análisis de los mapas podemos extraer varias conclusiones:

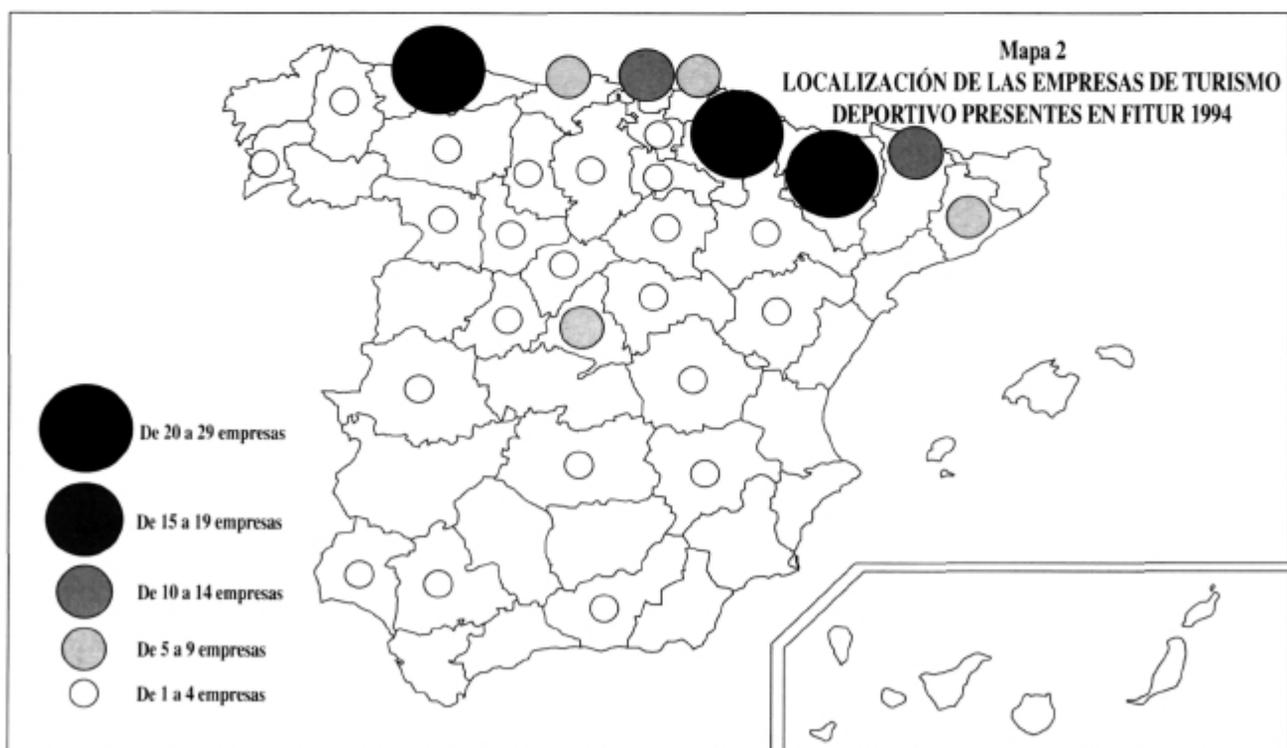
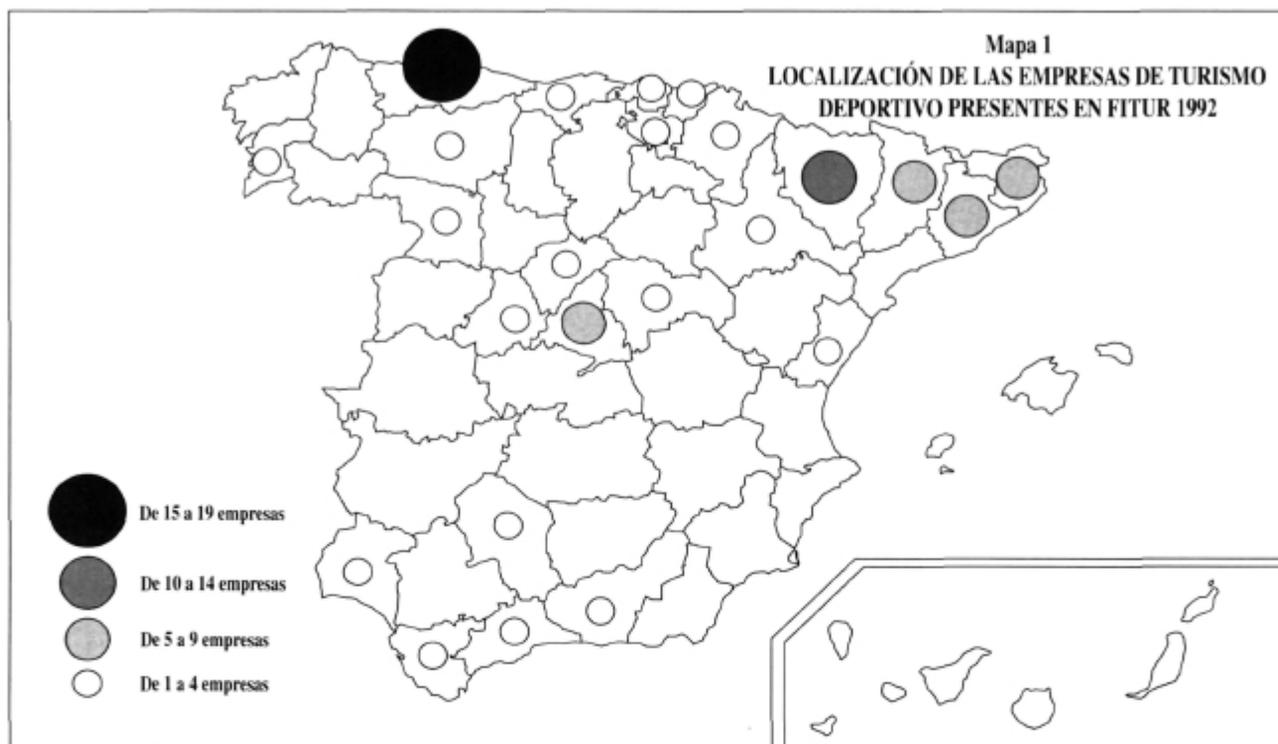
a) Asistimos en la actualidad a un fuerte incremento del número de empresas (100,1 por 100 en tan sólo dos años).

b) La mayor parte de las empresas se localiza, tanto en 1992 como en 1994, en provincias montañosas de la mitad septentrional de España (eje de la cadena montañosa formada por la Cordillera Cantábrica y los Pirineos).

c) Asistimos, igualmente, a un fuerte aumento del número de provincias donde se localizan este tipo de empresas. En 1992 las encontramos en 24, mientras que en 1994 la cifra asciende a 31.

El fuerte incremento del número de empresas se produce, en parte, como respuesta del mercado al incremento de la demanda en una España donde, a finales del milenio, la práctica de deportes se ha convertido en una necesidad social y cultural (culto al cuerpo). Por otra parte, el incremento del poder adquisitivo de los españoles en los últimos años permite que amplias capas de la población puedan acceder a esta forma de turismo que se caracteriza por ser relativamente cara. Otro factor que explica el incremento de la oferta es el apoyo técnico-financiero que el sector ha recibido de las diferentes administraciones públicas. Finalmente, el crecimiento de la oferta también es el resultado de la acción de la industria del ocio, que, con un poder de creación de demanda cada vez mayor, está logrando captar un número importante y creciente de consumidores.

La presencia de relieves accidentados y de abundantes cursos de agua (elementos



necesarios para desarrollar la mayoría de las actividades ofertadas) en las provincias más septentrionales explica la fuerte concentración de empresas en éstas. Ahora bien, ambos recursos también se dan en otras provincias españolas que apenas cuentan con oferta, de forma que su presencia sólo explica de manera parcial la desigual distribución espacial de las empresas. En nuestra opinión, existen dos factores que explican esta desigual distribución. El primero es que en las provincias más septentrionales existe mayor tradición en la práctica de deportes de montaña (4). El segundo es que las provincias con mayor número de empresas pertenecen a las comunidades autónomas donde primero se plantearon estrategias de desarrollo rural fundamentadas en el turismo. La mayor afluencia de aficionados a los deportes de montaña y de turistas en el norte han favorecido una dinámica de diversificación de la oferta. En otras palabras, la afluencia de turistas y deportistas ha generado economías de escala y, finalmente, una mayor diversificación de las actividades turísticas.

El Turismo Deportivo es un sector consolidado en algunas comarcas del país, en torno al cual se articula una parte importante de las economías locales. En esta situación se encuentran los concejos asturianos de Cabrales y Quirós, el municipio de Potes en la Liébana cántabra, Ribes de Freser, Nuria y Puigcerdá en la comarca gerundense de la Cerdanya, Viella en el Valle de Arán y El Pont de Suert en la Alta Ribagorza del Pirineo leridano, Montejo de la Sierra y Cervera de la Sierra en la Sierra Norte de Madrid. Pero los ejemplos más representativos al respecto los encontramos en los municipios

oscenses de Ainsa, Boltaña, Benasque, Graus y Cerler, donde un hervidero de empresas compiten por captar una demanda nacional y extranjera en constante crecimiento.

Una de las características singulares del Turismo Deportivo como actividad económica es el origen de las empresas. La mayoría de ellas surgen por iniciativa de jóvenes que partiendo de su afición a la práctica deportiva y observando el incremento de la demanda deciden crear un negocio. Muchos de ellos pertenecen o han pertenecido a asociaciones orientadas a la práctica de deportes de montaña (escalada, montañismo) y es frecuente encontrar empresarios que asistieron como alumnos a Escuelas-Taller o a cursos de formación ocupacional que incluían módulos de formación de monitores deportivos.

También es usual que los jóvenes empresarios sean originarios de los municipios rurales donde se localizan las empresas (5), de modo que puede afirmarse que las nuevas posibilidades turísticas del territorio han servido para fijar población joven frenando, parcialmente, la emigración. El impacto sociolaboral del Turismo Deportivo en el medio rural se centra, además, en la creación de puestos de trabajo para guías locales, en la generación de empleo en las pequeñas oficinas que las empresas mantienen en las comarcas donde actúan y en los efectos indirectos derivados de toda actividad turística. El empleo directo generado es fundamentalmente estacional, puesto que por razones climatológicas y por las características de las actividades ofertadas la mayoría de éstas sólo pueden ser desarrolladas en verano.

Las expectativas a corto y medio plazo del Turismo Deportivo apuntan a un fuerte incremento de la oferta en los próximos años. Si en 1994 apenas se trata de un fenómeno emergente en numerosas provincias, dentro de pocos años será una actividad consolidada en la mayoría de ellas. La pujanza del sector está avalada por la juventud de un empresariado activo, dinámico y cada vez más profesionalizado que, interesado en permanecer en las áreas rurales, apuesta por esta forma de turismo como actividad profesional.

El actual contexto político-institucional favorece la expansión del sector y en este sentido debe subrayarse el impacto de los 52 programas LEADER aprobados en la primera convocatoria en nuestro país, una buena parte de los cuales incluyen proyectos locales orientados a la puesta en marcha de empresas de Turismo Deportivo. Las comarcas con programas LEADER donde previsiblemente se producirá un mayor incremento de la oferta debido al número de empresas con intereses en el sector, a su cercanía a los grandes centros emisores de turistas (Barcelona, Bilbao, Madrid, Valencia) y a que cuentan con recursos naturales adecuados para la práctica de deportes son:

- Sierra Norte de Madrid.
- Els Pallars en Lérida.
- Oscos Eo y Oriente en Asturias.
- Sierras de Rioja.
- Montaña y valles alaveses.
- Urbión en Soria.
- Maestrazgo en Teruel.
- Sanabria en Zamora.
- Sierra del Segura en Albacete.
- Ancares de Lugo y León.

- Sobrarbe y Ribagorza en Huesca.
- Montaña Palentina.
- Molina Aragón-Alto Tajo, Guadalajara.
- Saja-Nansa en Cantabria.

2.1. Turismo deportivo versus medio ambiente: un conflicto anunciado

El turismo ha sido calificado como la "prostitución de la naturaleza" en el sentido de que ésta, convertida en recurso económico, se pone en venta, perdiendo en el proceso su virginidad. Como señalaba Cela hace más de veinte años, "esto de los excursionistas es algo que trae riqueza a los pueblos, ¡quién lo duda!, pero siempre algo que marca las costumbres y alborota el sosegado corral en que los siglos, como lobos tiñosos, pintaron su paciencia" (Cela, 1970, página 72).

Las actividades deportivas concebidas inicialmente como oferta turística complementaria y con la etiqueta de "blandas", es decir, con escaso impacto en el medio ambiente, en realidad pueden ser muy perjudiciales para éste, puesto que la propia naturaleza de las actividades implica que, conforme crece la demanda, se intensifiquen los impactos en el medio natural. Este va a ser el principal obstáculo para la consolidación del sector a largo plazo.

La intensidad del impacto de las actividades en el medio varía en función del número de practicantes y de la "capacidad de carga" del territorio. Solamente si conocemos esta última variable podremos establecer límites a la práctica de actividades, de forma que

puedan desarrollarse sin que ello implique la destrucción de los recursos. Ahora bien, este problema apenas se contempla en los programas de desarrollo turístico realizados en los espacios rurales de nuestro país en los últimos años.

Podemos afirmar sin temor a equivocarnos en exceso y pese a que no existen análi-

vestigadores, técnicos y políticos, destacan el descenso de cañones, la escalada deportiva y las excursiones en vehículos todo terreno (con frecuencia auténticas competiciones deportivas). Estas actividades, por practicarse en espacios muy frágiles (cabeceras de arroyos, barrancos, paredes rocosas y en general en zonas con fuertes pendientes), dan

Finalmente, permaneciendo en un lamentable estado de degradación. Por contra, los importantes impactos que pueden acelerar los procesos de arrastre de suelos.

Impactos generados por la práctica de deportes abundan en nuestro país, algunos conocidos y otros menos, pero poco o nada estudiados. Podemos mencionar los problemas generados por la práctica de la escalada deportiva en el Parque Natural del Cañón de Baza, en un entorno donde existen colonias de buitres más importantes de Europa, que dieron lugar a la creación del Parque estableciendo medidas para la práctica de

la oferta y la demanda de actividades turístico-deportivas, la ausencia de capacidad

en este esquema alternativo de turismo. Es evidente que éste es en la actualidad muy desconocido dentro de nuestras fronteras y que se necesitan estudios científicos rigurosos al respecto, que la expansión incontrolada de la práctica de actividades turístico-deportivas como son la escalada, el cicloturismo, las rutas en vehículos todo terreno (6), y el descenso de cañones está dando lugar a graves problemas que, de no ser abordados con prontitud, pueden convertirse en irreversibles.

Disponemos de investigaciones que demuestran que las actividades deportivas pueden generar importantes procesos de degradación aun cuando se trate de actividades que, como el senderismo, suelen ser clasificadas como blandas (Wendt, 1993) (7). En España abundan los ejemplos de espacios naturales degradados por la afluencia masiva de visitantes (entre otros, se pueden mencionar el Hayedo de Montejo en el municipio madrileño de Montejo de la

do en el olvido y estado de dejadez y otros, y en la fauna y la flora, procesos de erosión

Ejemplos de impactos generados por la práctica de estos deportes en nuestro país unos más conocidos y otros menos, pero la mayoría poco o nada estudiados. Entre ellos podemos mencionar los problemas generados por la práctica de la escalada deportiva en las paredes del Parque Natural del Duratón (Segovia), que destruye y nidifica una de las especies más importantes de Europa. También se puede mencionar que la administración local debería adoptar medidas restrictivas para esta actividad.

El crecimiento de la práctica de actividades turístico-deportivas, la ausencia de estudios de

panorama de futuro que se aleja de los objetivos de desarrollo rural sostenible pregonados por las instancias políticas (Comité Económico y Social, 1989).

3. EL TURISMO AMBIENTAL

El Turismo Ambiental es un turismo eminentemente formativo y educativo. La oferta se centra en el reconocimiento e interpretación de la flora, de la fauna, de la geomorfología, del paisaje, de la economía, de las tradiciones y de las culturas locales. Como en el Turismo Deportivo, la creación de oferta no requiere de grandes inversiones en infraestructuras y equipamientos. El perfil básico del consumidor corresponde a personas con poder adquisitivo medio, nivel cultural-educativo medio y alto y elevada conciencia medioambiental. Al contrario que en el Turismo Deportivo, la edad no condiciona el perfil. Las personas de edad avanzada pueden practicar esta forma de turismo, al igual que la población infantil, colectivo al que va dirigida una parte importante de la oferta. El estado de salud tampoco define el perfil del turista, puesto que no se realizan actividades que requieran importantes esfuerzos físicos.

En 1992, el número de empresas era de 35, y en 1994 ascendía a 62, cifras que evidencian un incremento importante de la oferta (77,1 por 100) aunque inferior al observado en el Turismo Deportivo. En los mapas 3 y 4 hemos cartografiado la localización de las empresas a escala provincial. Las fuentes de información vuelven a ser las Ferias Internacionales de Turismo de 1992 y 1994.

De los mapas citados podemos extraer las siguientes conclusiones:

a) Una parte importante de la oferta se concentra en algunas de las provincias que cuentan con mayor número de empresas de Turismo Deportivo (Asturias, Huesca, Madrid y Navarra), pero el grueso se localiza en provincias andaluzas (Huelva, Jaén y Málaga).

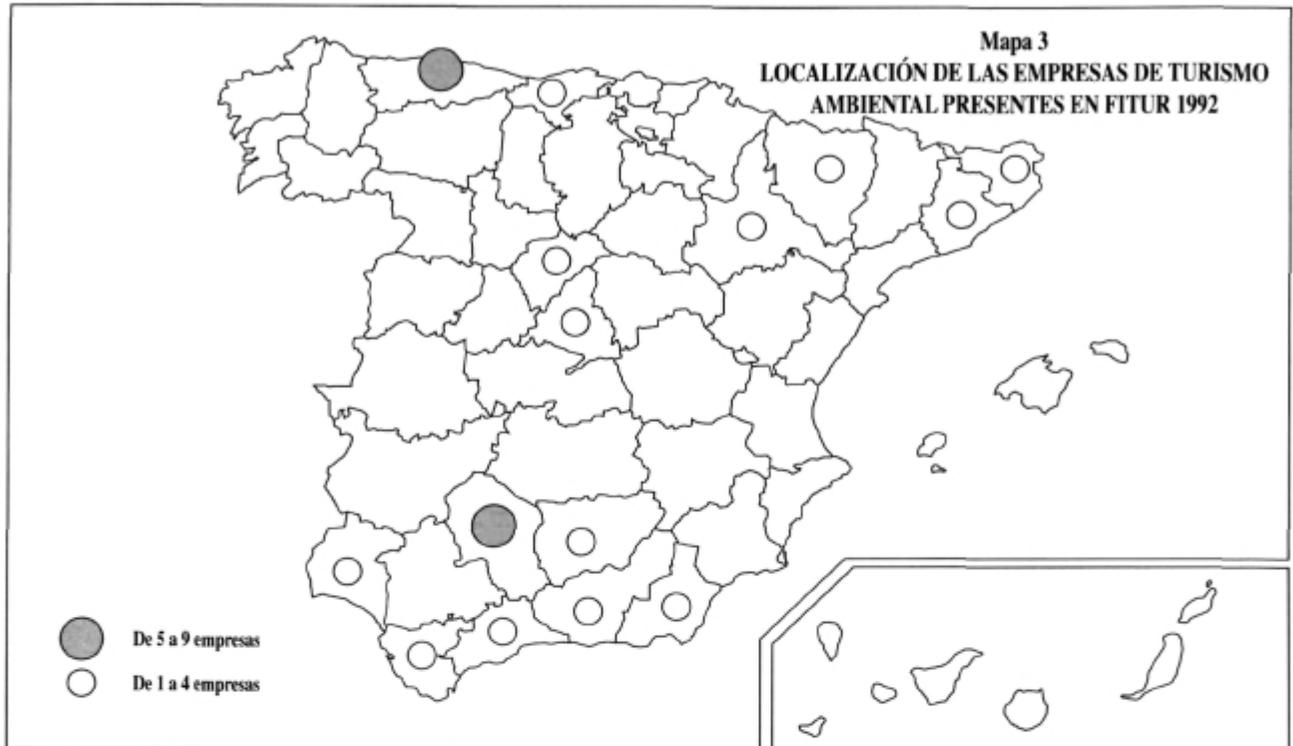
b) También en este caso se observa un fuerte incremento del número de provincias donde actúan empresas de este tipo. En 1992 están presentes en 16 de ellas, mientras que en 1994 la cifra se situaba en 29.

La oferta aumenta en toda España a un ritmo acelerado, y se localiza preferentemente en espacios de montaña y con particular intensidad en torno a Parques Naturales, Parques Nacionales y otros espacios protegidos, territorios favorables para el desarrollo de actividades educativo-ambientales porque cuentan con abundantes recursos naturales y culturales. El hecho de que sea en Andalucía donde encontremos mayor número de empresas se debe a que:

a) En esta comunidad autónoma abundan los espacios naturales protegidos, territorios especialmente aptos para el desarrollo de la actividad.

b) En la región se ha producido una importante intervención de las diferentes administraciones públicas orientada a promover y apoyar iniciativas empresariales en este campo.

En 1992, Andalucía era la comunidad au-



tónoma con mayor porcentaje de territorio protegido por razones medioambientales (1.477.871 ha, que representan el 16,94 por 100 del total regional). La región disponía ese mismo año de 31 Parajes Naturales (63.162 ha), 28 Reservas Naturales (4.362 hectáreas), 22 Parques Naturales (1.360.977 ha) y un Parque Nacional (50.720 ha), espacios donde podemos encontrar una importante variedad de especies vegetales y animales, paisajes sobresalientes, formaciones geológicas y procesos geomorfológicos de interés científico-educativo, un número relativamente abundante de núcleos de población que mantienen en buen estado de conservación su patrimonio histórico-artístico, así como la arquitectura, las costumbres y las tradiciones populares, recursos de primera magnitud para el desarrollo del Turismo Ambiental.

Por otra parte, las áreas rurales andaluzas padecen un importante problema de desempleo debido a las características de sus estructuras demográficas (relativa abundancia de población joven) y productivas (predominio de las actividades agrarias y escaso desarrollo de la industria y los servicios). En función de esta realidad socioeconómica, las administraciones central (fundamentalmente el INEM) y regional han orientado parte de las medidas políticas de lucha contra el paro en las áreas rurales hacia la formación de jóvenes que pudieran encontrar una salida profesional en el sector turístico.

En el proceso de aparición de empresas de Turismo Ambiental en Andalucía también ha tenido un papel importante el ICONA, puesto que este organismo en colaboración con el INEM promovió, en la

primera mitad de la década de los ochenta, una serie de cursos de formación de guías de la naturaleza que desembocaron en el nacimiento de las primeras empresas en la región (Sociedad Cooperativa Quercus y Sociedad Cooperativa Almonteña, entre las más significativas que siguen funcionando en la actualidad). El éxito de ambas sociedades (8), que gestionan parte de los servicios del Parque Nacional de Doñana y del Parque Natural de las sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, ha servido de "efecto demostración" para que posteriormente surgieran otras empresas.

Al igual que en el Turismo Deportivo, existen aspectos comunes relativos al origen de las empresas y a las características de los empresarios. Numerosas iniciativas empresariales surgen entre jóvenes que se han formado como guías de la naturaleza, monitores de aire libre y animadores socio-culturales en Escuelas-Taller, módulos de promoción y desarrollo y cursos de formación ocupacional.

En la actualidad, el Turismo Ambiental es uno de los segmentos del sector con más proyección de futuro en las áreas rurales españolas. También en este caso existe una serie de municipios como Cazorla en Jaén, Ayamonte en Huelva, Montejo de la Sierra en Madrid, Montejo de la Vega de la Serrezuela en Segovia y Vega de Liébana en Cantabria, donde ya es un sector consolidado. Pero lo que resulta más interesante es que a las iniciativas ya existentes se unirán, en breve tiempo, un importante número de empresas que cuentan, en su mayor parte, con el apoyo técnico-financiero directo o indirecto de las administraciones públicas.

Como sucede con el Turismo Deportivo, los programas LEADER van a ser el caldo de cultivo en este proceso, puesto que en los 52 aprobados en la primera iniciativa en nuestro país encontramos empresas de este tipo. Otro de los elementos que apoyan la tesis de proyección de futuro del sector es la juventud de los empresarios y su alto nivel medio de cualificación.

4. TURISMO EN ALOJAMIENTOS RURALES

Entre las nuevas formas de turismo, el Turismo en Casas Rurales y el Agroturismo son las que más se han desarrollado en los espacios rurales españoles en los últimos años. Ambos términos, que con demasiada frecuencia se emplean indistintamente, hacen referencia a ofertas específicas de alojamiento en zonas rurales que pueden ir acompañadas de actividades complementarias de ocio y recreación.

4.1. El agroturismo

El Agroturismo como oferta turística diferenciada surge en Europa en la década de los sesenta. El país donde tiene mayor desarrollo es Italia, si bien está presente en la mayoría de los estados europeos. En España, las únicas comunidades autónomas donde encontramos una oferta organizada y regulada legalmente son Baleares, Cataluña y el País Vasco, si bien es cierto que un número en aumento de pequeñas empresas ofrecen este tipo de alojamiento por toda nuestra geografía.

En las definiciones legales, técnicas y científicas de Agroturismo siempre se relaciona actividad agrícola y actividad turística del empresario, tratándose, en definitiva, de una actividad que complementa la renta de los agricultores y ganaderos. Los componentes básicos de la oferta son:

a) Alojamiento en explotaciones agrarias en habitaciones integradas en la vivienda del agricultor o bien en apartamentos individuales localizados en la explotación agraria.

b) Alimentación basada en la cocina tradicional del lugar y elaborada con alimentos autóctonos (opcional u obligatoria, según los casos).

c) En ocasiones, actividades alternativas de ocio/recreación en el entorno de la explotación como son la enseñanza de la gastronomía y del idioma local (opcional).

d) Participación o al menos posibilidad de observación de la vida y de las actividades tradicionales de la explotación (cultivo y recolección de productos agrícolas, cuidado del ganado, elaboración de alimentos tradicionales, etc.).

La oferta de Agroturismo, cuya gestión es desempeñada por la familia del agricultor, es de dimensiones humanas (no masificada) y favorece la relación entre individuos de diferentes culturas: ofertante (rural) y demandante (urbano). Desde una perspectiva espacial, la oferta responde a un modelo difuso no concentrado y, por tanto, no congestionador, en el que se intenta aprovechar al máximo los recursos existentes en el

territorio y minimizar las necesidades de inversión en nuevas infraestructuras.

4.2. Turismo en casas rurales

El Turismo en Casas Rurales se plantea como instrumento para diversificar la economía y el empleo regionales. En este caso, el enfoque de la complementariedad de las rentas de las familias agrarias tiene menor importancia que en el Agroturismo, puesto que el empresario no tiene que trabajar necesariamente en el sector agrario.

La oferta, al igual que en el caso anterior, favorece la relación activa y participativa del turista con el entorno rural y la sociedad local. Sus componentes básicos son:

a) Alojamiento en habitaciones de viviendas rurales en las que pueden vivir o no los titulares, en apartamentos o en pequeños hoteles.

b) Alimentación basada en la cocina tradicional del lugar, elaborada con productos autóctonos (opcional u obligatoria, según los casos).

c) Actividades complementarias de ocio y recreación en el entorno del lugar de alojamiento, potenciando el conocimiento de la cultura local y de las formas de vida tradicionales, de la artesanía (opcional).

La distribución de la oferta también responde a un modelo locacional difuso, no concentrado y no congestionador, que trata de aprovechar al máximo los recursos locales existentes y minimizar las necesidades

de inversión en el marco de una estrategia de desarrollo sostenido y respetuoso con el medio. La oferta puede ser gestionada a escala familiar, pero también a escalas mayores.

Mientras que el Turismo Deportivo y el Turismo Ambiental se conciben como actividades económicas básicas para el mantenimiento de las personas ocupadas en el sector, el Turismo en Casa Rural y el Agroturismo se plantean, casi siempre, en el marco de la teoría de la complementariedad de rentas. Según esta teoría, la mayor parte de la población rural (agricultores y no agricultores) no puede mantenerse desarrollando una sola actividad económica, de modo que la pluriactividad laboral y la obtención de rentas originadas en diferentes actividades económicas son las estrategias que con mayor frecuencia desarrollan las poblaciones rurales con el objetivo de asegurar unos ingresos económicos que garanticen su permanencia en el territorio (Martín, 1993). El Turismo en Casa Rural y el Agroturismo permiten el aporte de rentas complementarias a partir del aprovechamiento de recursos locales como el paisaje, la tranquilidad, la vivienda familiar, la ausencia de contaminación, el patrimonio histórico, artístico y cultural y la mano de obra marginal (jóvenes, mujeres y ancianos), que de no existir turismo permanecerían infrautilizados.

La difusión de las experiencias de otros países, la crisis agraria y la disponibilidad de recursos financieros públicos han dado lugar al desarrollo de programas de Turismo en Alojamientos Rurales en buena parte de las regiones españolas (9) en la última década. Ahora bien, bajo la etiqueta de Tu-

rismo en Alojamiento Rural, utilizada con profusión en los medios de comunicación por la industria del ocio, se esconde una enorme tipología de oferta que en ocasiones apenas se diferencia de la convencional.

4.3. Tipologías de alojamiento rural en España: una oferta heterogénea

En el mes de diciembre de 1993 diez comunidades autónomas (Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Galicia, Navarra, La Rioja y el País Vasco) habían desarrollado normativas que definen y regulan los alojamientos rurales, principal punto de partida para consolidar un producto turístico específico netamente diferenciado de los alojamientos convencionales, caracterizado por la gestión familiar, por la no masificación y asociado a una imagen de marca, cuestiones fundamentales para garantizar desarrollos turísticos compatibles con la conservación y la recuperación de los recursos medioambientales de las áreas rurales (Bote, 1988; Soret, 1991).

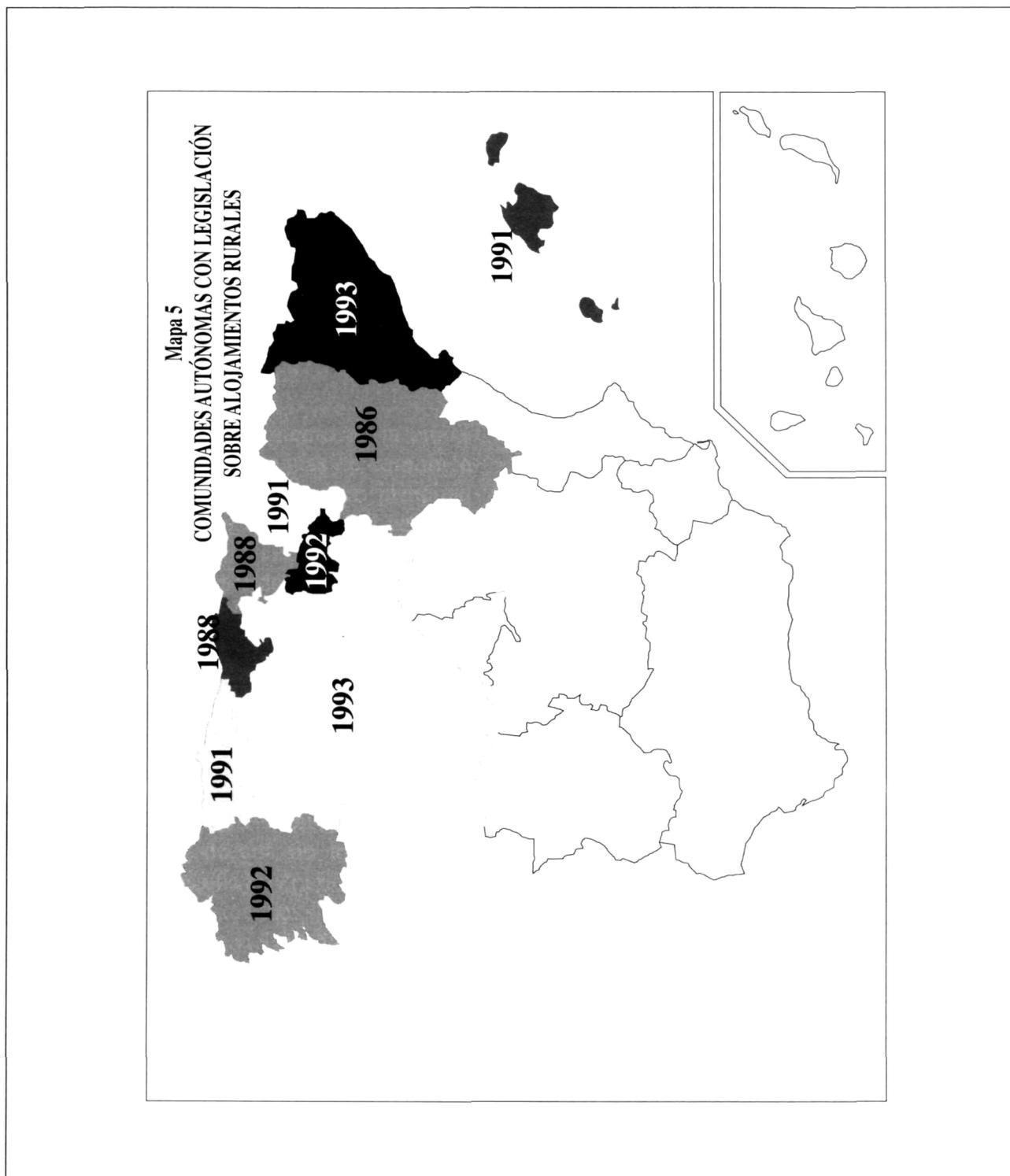
Como podemos ver en el mapa 5, las regiones que cuentan con alojamientos rurales normalizados se localizan en la mitad septentrional del Estado, la mayoría próximas a Francia. Esta distribución espacial se relaciona, sin duda, con la influencia que la experiencia francesa ha tenido entre los responsables españoles que trabajan en el tema, puesto que los políticos encargados de regular el turismo rural en las regiones norteñas, así como los particulares y las asociaciones que han intervenido en la puesta en marcha de los programas, se han desplazado en algún momento a Francia

con el objetivo de conocer la experiencia del país vecino. Así ha ocurrido, efectivamente, en Aragón, Asturias, Cataluña, Navarra, La Rioja y el País Vasco. Nos encontramos, por tanto, ante un claro ejemplo de difusión de actividades innovadoras condicionado por una variable geográfica: la proximidad a Francia.

En el cuadro 1 hemos sintetizado los aspectos más significativos recogidos en la normativa, de cuyo análisis se desprenden varias cuestiones de interés:

a) La oferta se caracteriza por su heterogeneidad: cada comunidad autónoma define de una manera los alojamientos e incluso algunas cuentan con más de una tipología.

b) Entre las cuestiones que más han interesado a los legisladores destaca la delimitación de los ámbitos territoriales donde debe localizarse la oferta, y también aquí podemos observar la heterogeneidad de la normativa. En Cataluña, Cantabria, Navarra y La Rioja los alojamientos han de localizarse en áreas rurales definidas según el número de residentes; en Aragón y Asturias en núcleos rurales definidos en la normativa urbanística; en Baleares y Galicia en áreas rurales sin especificar; en el País Vasco en áreas de montaña, y en Castilla y León en poblaciones menores de 3.000 habitantes o en suelo no urbanizable. Estas diferencias de criterios han de interpretarse, en parte, como la respuesta técnica de los legisladores a la necesidad de adaptar la normativa a la realidad territorial de las diferentes comunidades autónomas puesto que, cada región e incluso cada comarca, tiene diferentes estructuras del poblamiento.



CUADRO 1

Comunidad Autónoma	Normativa	Denominación de los alojamientos	Características de la vivienda	Características del titular
ARAGON	Decreto 113/86, de 14 de diciembre.	Viviendas de Turismo rural.	— Ubicadas en núcleos rurales o en barrios declarados como tales por los municipios, preferentemente situadas en zonas de escasa o nula infraestructura hotelera o edificaciones que respondan a la arquitectura típica de la comarca. — Capacidad mínima: 4 plazas. — Capacidad máxima: 12 plazas.	— Residencia en el medio rural. — Trabajar preferentemente en el sector agrícola o ganadero.
ASTURIAS	Decreto 26/91, de 20 de febrero.	Casa de Aldea.	— Situadas en los núcleos rurales definidos en la normativa urbanística, preferentemente en zonas de escasa o nula infraestructura hotelera y que respondan a arquitectura típica de la zona. — Capacidad máxima: 10 plazas.	— Sin especificar.
CANTABRIA	Decreto 55/88, de 29 de septiembre.	Casa de Labranza.	— Ubicadas en pueblos o barrios de menos de 3.000 habitantes. — Capacidad mínima: 4 plazas.	— Persona física o jurídica, propietaria o arrendataria, cuya dedicación principal sea la agricultura o la ganadería.
	Decreto 20/84, de 10 de marzo.	Casa de Labranza.	— Ubicadas en zonas de carácter rural, unifamiliares y que respondan a la arquitectura típica de la comarca. — Capacidad mínima: 6 plazas.	— Persona física o jurídica, propietaria o arrendataria.
CATALUÑA	Decreto 365/83, de 4 de agosto. Decreto 42/89, de 24 de febrero.	Residencia-Casa de Campo (Casa Payés).	— Localizadas en poblaciones que no superen los 1.000 habitantes. — Capacidad máxima: 15 plazas.	— Residente en el medio rural y trabajador preferentemente en el sector agrario.
BALEARES	Decreto 30/91, de 4 de abril. Decreto 44/92, de 8 de julio.	Alojamiento en Agroturismo. Casa de Campo.	— Viviendas ya existentes de tipología arquitectónica tradicional que pertenecen a una exploración agraria, ubicadas fuera de núcleos urbanos y en suelo no urbanizable. — Casas de Campo ya existentes con cierta entidad o prestancia, cuya tipología arquitectónica primitiva no podrá ser alterada.	— Sin especificar

CUADRO 1 (Continuación)

Comunidad Autónoma	Normativa	Denominación de los alojamientos	Características de la vivienda	Características del titular
CASTILLA Y LEÓN	Decreto 298/93, de 2 de diciembre.	Casa Rural de alquiler o de alojamiento completo.	<ul style="list-style-type: none"> — Ubicadas en poblaciones menores de 3.000 habitantes o en caso superior localizadas en suelo no urbanizable y que reúnan las características usuales de las casas de labranza o casas rurales del entorno. Si se trata de edificios de nueva construcción requiere la autorización para ser destinada a uso familiar. 	<ul style="list-style-type: none"> — Dedicación a otra actividad profesional, incluida como tal la situación de pensionista y jubilado. — El titular no lo puede ser de más de dos Casas Rurales. — Pueden ser titulares jóvenes de menores de 25 años que no desempeñan otra actividad profesional.
		Posada.	<ul style="list-style-type: none"> — Hoteles y hostales que estén situados en edificios de valor arquitectónico, histórico, cultural o etnográfico. — Ubicados en población menor de 3.000 habitantes, o en caso superior, localizados en suelo no urbanizable. — Capacidad mínima: 11 plazas. — Capacidad máxima: 50 plazas. 	<ul style="list-style-type: none"> — Sin especificar.
NAVARRA	Decreto Foral 200/91, de 16 de mayo. Decreto Foral 105/93, de 22 de marzo.	Centros de Turismo Rural.	<ul style="list-style-type: none"> — Edificios de arquitectura popular. — Ubicados en poblaciones menores de 3.000 habitantes, o en caso superior, localizados en suelo no urbanizable. — Edificios de nueva construcción o que cambian de destino previa autorización. 	<ul style="list-style-type: none"> — Sin especificar.
		Casa Rural (de alquiler o de alojamiento compartido).	<ul style="list-style-type: none"> — Ubicadas en núcleos de menos de 1.500 habitantes (en caso mayor fuera del casco de la población) y de arquitectura acorde con la de la zona. — Capacidad máxima: 14 plazas. — Excluidos los alojamientos en pisos cuando se traten de viviendas independientes en edificio de varias plantas que no sea unifamiliar. 	<ul style="list-style-type: none"> — Empadronado y residente al menos seis meses en el municipio. — Disponer de certificado de capacitación para la gestión de Casas Rurales expedido por el Departamento de Industria, Comercio, Turismo y Trabajo.

ación)

Características del titular	— Sin especificar.
Características de la vivienda	— Casas en áreas rurales, de valor añadido y de dimensiones adecuadas para la explotación de actividades turísticas de calidad. (0 habitaciones). — Casas en núcleos rurales y con valores añadidos del campo gallego. (0 habitaciones). — Casas de una cierta entidad y valor añadido en una explotación agraria, adaptadas a alojamiento de huéspedes y algún modo en las actividades turísticas (turismo). — Casas de montaña y de arquitectura tradicional. (0 plazas). — Casas de menos de 1.500 habitantes y con caracteres arcaicos de los de la zona. — Casas en pisos, considerando valores añadidos en edificaciones de calidad. (0 plazas). — Casas de menos de 1.500 habitantes y con caracteres arcaicos de los de la zona.
Características del titular	— Residente en la vivienda, trabajando preferentemente en el sector agrario. — Personas físicas propietarias o arrendatarias y que residen con carácter fijo en la vivienda.

CUADRO

Comunidad Autónoma	Normativa	Denominación de los alojamientos	Características
GALICIA	Orden de 26 de febrero de 1992. Orden de 5 de mayo de 1993.	Pazo-Hospedería. Pazo-Residencia.	— Casas grandes, arquitectónicas, modernas. — Capacidad variable.
		Casa de Aldea-Hospedería. Casa de Aldea-Residencia.	— Casas tradicionales. — Características rurales. — Capacidad variable.
	Casa de Labranza.	— Casas tradicionales. — Prestación de servicios. — Capacidad variable.	
PAIS VASCO	Decreto 295/88, de 8 de noviembre.	Alojamiento Turístico-Agrícola.	— Localización en zonas rurales. — Tradición. — Capacidad variable.
LA RIOJA	Decreto 33/92, de 16 de julio.	Casa Rural.	— Ubicadas en zonas rurales. — Tradición. — Capacidad variable.

Fuente: Elaboración propia (Boletines Oficiales de las Comunidades Autónomas).

c) Los legisladores han puesto especial interés en establecer un umbral máximo del número de plazas por vivienda con el objetivo de garantizar la creación de establecimientos de capacidad reducida que permitan a los turistas disfrutar de una estancia tranquila y sin aglomeraciones y que faciliten el contacto directo del consumidor con el medio rural en un ambiente familiar. Ahora bien, también en este aspecto encontramos diferencias sustanciales en las normativas. La capacidad máxima oscila entre las 10 habitaciones (en torno a 20 plazas) de los "Pazos" y "Casas de Aldea" en Galicia y las 10 plazas de las "Casas de Aldea" del Principado de Asturias y en dos comunidades autónomas no se establece límite (Cantabria y Castilla y León), razón por la cual algunos de los establecimientos de estas comunidades son de tales dimensiones que se asemejan más a establecimientos hoteleros clásicos (hoteles u hostales) que a alojamientos en viviendas rurales.

d) Salvo en el caso catalán, el resto de normativas señalan explícitamente que las viviendas deben presentar características arquitectónicas tradicionales de acuerdo al entorno territorial. El ánimo de los legisladores al respecto ha sido consolidar una oferta de alojamiento turístico diferenciada del resto, generando simultáneamente alternativas para el aprovechamiento económico de un recurso local (las viviendas de arquitectura popular) que, con demasiada frecuencia, corre un serio peligro de degradación.

e) El lugar de residencia de los titulares de alojamientos también presenta variaciones significativas en las diferentes normati-

vas. Lo deseable sería que residieran en las áreas rurales, puesto que este tipo de actividad nace, en teoría, como respuesta a los problemas económicos de las poblaciones rurales. Sin embargo, solamente en seis comunidades autónomas (Aragón, Baleares, Cantabria, Navarra, País Vasco y La Rioja) se recoge explícitamente esta cuestión, de modo que en el resto cualquier ciudadano propietario o arrendatario de viviendas puede abrir un alojamiento de turismo rural.

f) La ocupación de los titulares vuelve a ser diferente según comunidades autónomas. En Aragón, Cantabria, Cataluña y el País Vasco se considera preferente u obligatorio el hecho de que los titulares trabajen en el sector agrario. En Castilla y León esta situación sólo se da entre titulares de Casas Rurales de Agroturismo, mientras que en el resto de regiones no se apunta nada al respecto. En Castilla y León también se prevé que puedan ser titulares los jubilados y pensionistas, así como las personas que tengan menos de veinticinco años. En esta comunidad autónoma es necesario que todos los titulares de alojamientos, salvo los jóvenes, se dediquen a otra actividad profesional.

Una somera reflexión acerca de los seis puntos señalados nos conduce, inevitablemente, a afirmar que la oferta se caracteriza por su heterogeneidad, una cuestión que si bien puede resultar positiva en el sentido de que no es sino la evidencia de que España es un país conformado por una gran diversidad de territorios de características netamente diferenciadas, también tiene sus inconvenientes desde el punto de vista de la demanda: el turista como consumidor puede sentirse confundido ante la naturaleza

del producto, y esto es, en sí mismo, un riesgo comercial que se debería haber evitado.

4.4. La evolución de la oferta de alojamientos rurales

En España, el Turismo en Alojamientos Rurales es una experiencia novedosa que tuvo su primer antecedente en el fracasado programa de Vacaciones en Casas de Labranza de la década de los sesenta. Pero a pesar de lo novedoso del tema, la oferta crece espectacularmente de año en año.

En el cuadro 2 mostramos la evolución de la oferta en las regiones que cuentan con alojamientos normalizados (10). Como se puede comprobar, la oferta, pese a que todavía no es demasiado elevada en términos

absolutos, crece rápidamente. El incremento del número de viviendas y del número de plazas en el período 1990-93 supera el 100 por 100 en Aragón y en el País Vasco, y otro tanto sucede en Cataluña en el período 1989-93.

La oferta de alojamientos rurales en toda España supera a la recogida en el cuadro, porque no debemos olvidar que, aunque la mayor parte de las comunidades autónomas todavía no han legislado en esta materia, todas cuentan con alojamientos que se asemejan en cuanto a sus características arquitectónicas, su capacidad máxima, su localización y los caracteres de los titulares a la de las regiones que ya han desarrollado legislación al respecto.

Madrid y, sobre todo, Andalucía cuentan

CC.AA	1989		1990		1991		1992		1993		1994	
	Vivi.	Aloj.	Vivi.	Aloj.	Vivi.	Aloj.	Vivi.	Aloj.	Vivi.	Aloj.	Vivi.	Aloj.
ARAGÓN (*)	s.d.	s.d.	110	730	135	924	182	1.256	250	1.753	332	2.324
ASTURIAS	sin normativa reguladora				s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	19	109	24	136
BALEARES	sin normativa reguladora				s.d.							
CANTABRIA	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	35	s.d.	35	s.d.	s.d.	s.d.
CATALUÑA	77	710	s.d.	s.d.	109	946	s.d.	s.d.	162	1.444	s.d.	s.d.
GALICIA	sin normativa reguladora						s.d.	s.d.	49	s.d.	45	417
NAVARRA	sin normativa reguladora				124	660	132	729	136	840	187	1.164
PAÍS VASCO	s.d.	s.d.	20	153	26	209	46	339	85	681	113	905*
LA RIOJA	sin normativa reguladora						s.d.	s.d.	6	40	6	40

Vivi.: Viviendas. Aloj.: Alojamientos. s.d.: Sin datos.
 (*) Número de plazas estimado, resultado de multiplicar el número de habitaciones por 1,75 (número medio estimado de plazas por habitación).
 Fuente: Elaboración propia.

en estos momentos con una oferta de alojamientos no reglada relativamente importante. En Andalucía, la oferta se concentra en áreas de montaña (Sierra Morena, Sierra de Grazalema, Sub-bética Cordobesa, Alpujarras y Sierras de Almería), particularmente en torno a espacios naturales protegidos (11). Andalucía es, por su extensión y por su relativa abundancia de espacios relevantes desde un punto de vista medioambiental, una de las comunidades autónomas donde más deprisa crece la oferta. En Madrid, la oferta se concentra en la Sierra Norte y surge por iniciativa del Patronato Madrileño de Areas de Montaña en colaboración con las corporaciones locales. En 1993, la oferta madrileña era todavía muy reducida como para atender al gran mercado capitalino: 22 alojamientos con una capacidad máxima estimada de 77 plazas. En cuanto al resto de las comunidades autónomas también cuentan con oferta de alojamiento en casas rurales, oferta que ha surgido de forma puntual y, casi siempre, por iniciativa privada.

La oferta tiende a crecer aceleradamente en todas las comunidades autónomas, y al igual que señalábamos en el caso del Turismo Deportivo y del Turismo Ambiental, los programas LEADER van a ser el caldo de cultivo para este rápido crecimiento, puesto que los 52 aprobados en la primera convocatoria recogen iniciativas empresariales al respecto, siendo Castilla-León y Andalucía las regiones donde se espera que se produzca un mayor incremento a corto y medio plazo. El crecimiento de la oferta es, en gran parte, resultado del apoyo público al sector. En el caso de la oferta que aparecerá en los próximos años como resultado de la puesta en marcha de los proyectos empresariales

de los programas LEADER, la cuestión es evidente, puesto que éstos son cofinanciados por la Comunidad Europea, las diferentes administraciones españolas y por la iniciativa privada. Pero el apoyo institucional también ha tenido mucho que ver en el incremento de la oferta que no surge con estos programas.

Todas las comunidades autónomas que aparecen en los cuadros 1 y 2 han puesto en marcha, en uno u otro momento, programas de apoyo a la creación de una oferta de alojamientos rurales. En el cuadro 3 recogemos las principales normativas que regulan la intervención de las administraciones autonómicas al respecto; su número es una clara evidencia de que las administraciones regionales han prestado gran importancia al tema.

El eje fundamental de la intervención pública se centra en la habilitación de líneas de crédito blando y subvenciones a fondo perdido para la rehabilitación de viviendas y su transformación en alojamientos turísticos. Pero además de este tipo de intervenciones las administraciones han puesto en marcha, por iniciativa propia o como resultado de la presión ejercida por los titulares de alojamientos, otras medidas de apoyo a la oferta orientadas a la formación profesional de la población local, a la edición de guías de alojamientos y folletos divulgativos, han apoyado a los interesados para acudir a ferias nacionales e internacionales y han puesto en marcha oficinas de información y reserva, factores fundamentales en el proceso de consolidación comercial del sector.

Para finalizar el análisis de las características de la oferta de alojamiento, centra-

Cuadro 3

Comunidad Autónoma	N O R M A T I V A
ARAGÓN	<ul style="list-style-type: none"> — Orden de 12 de enero de 1987 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, Obras Públicas y Transportes. — Orden de 5 de julio de 1989 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo. — Orden de 2 de enero de 1991 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo. — Orden de 22 de junio de 1992 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo. — Orden de 20 de julio de 1993 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo.
ASTURIAS	<ul style="list-style-type: none"> — Resolución de 9 de enero de 1990 de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo. — Resolución de 5 de mayo de 1993 de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.
BALEARES	<ul style="list-style-type: none"> — Sin datos.
CANTABRIA	<ul style="list-style-type: none"> — Decreto 20/1984, de 10 de mayo. — Decreto 55/1988, de 29 de septiembre. — Orden de 1 de julio de 1991 de la Consejería de Turismo, Transportes, Comunicaciones e Industria.
CASTILLA Y LEÓN	<ul style="list-style-type: none"> — Decreto 73/1989, de 4 de mayo. — Orden de 25 de octubre de 1989. — Orden de 22 de febrero de 1991. — Decreto 82/1993, de 15 de abril.
CATALUÑA	<ul style="list-style-type: none"> — Decreto 444/1983, de 27 de octubre. — Orden de 8 de mayo de 1986. — Orden de 24 de enero de 1992 del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca. — Orden de 29 de junio de 1992 del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca.
GALICIA	<ul style="list-style-type: none"> — Orden de 21 de abril de 1992. — Orden de 22 de abril de 1992.
NAVARRA	<ul style="list-style-type: none"> — Decreto Foral 205/1986, de 12 de septiembre. — Decreto Foral 145/1990, de 24 de mayo.
PAÍS VASCO	<ul style="list-style-type: none"> — Decreto 210/1990, de 30 de julio. — Decreto 245/1993, de 3 de agosto.
LA RIOJA	<ul style="list-style-type: none"> — Orden 2/1990, de 14 de mayo. — Orden 17/1991, de 22 de marzo.

Fuente: Elaboración propia

remos nuestra atención en algunos aspectos significativos relativos al origen de las experiencias. Dos de ellos que ya hemos mencionado, y sobre los que no nos detendremos, son, por un lado, la influencia de la experiencia europea, y fundamentalmente francesa, y las consecuencias que sobre la promoción y consolidación de la oferta han tenido la puesta en marcha de programas públicos de apoyo técnico y financiero.

Otro de los elementos comunes es el origen de las iniciativas. En este sentido se pueden establecer tres modelos. El primero, que podríamos denominar de arriba abajo, es decir, que la iniciativa surge desde instancias políticas y se propone a la sociedad. A este modelo corresponde el origen de la experiencia asturiana de Taramundi (la iniciativa surge en 1984 cuando se redacta y aprueba el "Plan de Acción sobre Conservación y Desarrollo de los Recursos del Concejo de Taramundi", resultado de un convenio entre la Consejería de Agricultura y Pesca del Principado de Asturias y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas), el programa de Navarra (la idea surge en 1986 del Departamento de Industria, Comercio y Turismo), el de Cantabria y el de la Sierra Norte de Madrid (en este caso la iniciativa corresponde al Patronato Madrileño de Areas de Montaña). El segundo modelo se caracteriza porque la idea surge desde la sociedad rural, que posteriormente logra implicar a las administraciones públicas (modelo de abajo arriba). En este apartado podríamos incluir el caso de las comarcas oscenses de Sobrarbe y Ribagorza (donde el proyecto surge entre un colectivo de jóvenes, en su mayoría mujeres) y el

País Vasco (la idea surge aquí entre colectivos sindicales). El tercer modelo que podríamos denominar mixto, se da en Castilla-León, La Rioja y Galicia.

Otro factor de suma importancia en el proceso de aparición y consolidación de la oferta, que también se da de una u otra manera en todas las comunidades autónomas, es el asociacionismo de los agentes implicados.

Las asociaciones formadas por diferentes agentes socioeconómicos (propietarios de viviendas, empresarios turísticos, asociaciones de distinta naturaleza, fundaciones privadas, entidades financieras y administraciones públicas), con el objetivo de intercambiar información entre los asociados, de coordinar la comercialización y la promoción conjuntas, de controlar la calidad del servicio y de establecer nexos de unión y contacto con las administraciones competentes dirigidos a la promoción de la oferta, han sido y son una de las bases fundamentales para la consolidación del sector. En este sentido, es necesario destacar que buena parte del éxito de los proyectos de turismo rural de Asturias y de las comarcas oscenses de Sobrarbe y Ribagorza, justamente los más representativos en nuestro país por ser los primeros en surgir y por sus consecuencias como ejemplos a seguir (efecto demostración), se debe al trabajo de las asociaciones ANTUR (Asociación de Núcleos de Turismo Rural de Asturias) y TURAL (Asociación Pirenaica para el Desarrollo del Turismo Rural). En ambos casos, los implicados supieron unirse, aunando esfuerzos y optimizando unos recursos siempre escasos, en la tarea de lle-

var a cabo proyectos en su momento innovadores (12).

5. REFLEXIONES FINALES

Las nuevas formas de turismo en los espacios rurales se desarrollan aceleradamente en España en los últimos años. En las comunidades autónomas localizadas en la cornisa cantábrica y en torno a los Pirineos, así como en Madrid y Andalucía, son un fenómeno consolidado y en expansión, mientras que en todo el litoral mediterráneo excepto Cataluña, así como en Castilla-La Mancha y Extremadura, se trata todavía de un proceso emergente. En una situación intermedia se sitúa Castilla y León, una de las comunidades autónomas con mayor proyección a medio plazo.

En estos momentos existe un importante mercado potencial cuyas características apenas conocemos (13). Este es uno de los problemas pendientes que han de ser abordado con urgencia, en cuya resolución debería jugar un papel protagonista la Secretaría General de Turismo.

Como hemos podido constatar, la oferta crece rápida e ininterrumpidamente, lo cual debe ser interpretado como la prueba inequívoca de que las nuevas formas de turismo son un sector económico en expansión. Ahora bien, también hemos comprobado que existen conflictos, actuales o potenciales, cuya magnitud e implicaciones futuras nos obligan a plantear soluciones.

Una de las tareas prioritarias es la regulación de las actividades deportivo-recreativas en todo el Estado, con el objetivo de

limitar los impactos ambientales y generar modelos de desarrollo sostenible que compatibilicen conservación y aprovechamiento económico de los recursos. La regulación ha de tener ámbito nacional, puesto que si son las comunidades autónomas las que tomen la iniciativa se producirán, sin lugar a dudas, "efectos frontera" (14) de consecuencias negativas para las economías rurales y para el medio ambiente.

El Turismo Ambiental es una actividad económica con futuro y un excelente instrumento para la conservación y la rehabilitación de nuestros recursos medioambientales; en este sentido es una forma de turismo con gran contenido social, razón más que suficiente para que su desarrollo se convierta en objetivo prioritario de las administraciones públicas. Las administraciones tienen una importante labor por delante desarrollando fórmulas de apoyo al sector. Una línea de actuación prioritaria debería orientarse a la creación de demanda. Y una fórmula operativa para alcanzar dicho objetivo a medio y largo plazo es establecer convenios con las empresas para que niños y jóvenes pasen sus vacaciones o incluso cortos períodos del curso escolar en empresas de Turismo Ambiental. He aquí una fórmula eficaz y relativamente poco costosa de educar en el respeto al medio a la vez que de crear demanda: cada niño que se beneficie de los servicios de las empresas de Turismo Ambiental será un adulto concienciado en temas de medio ambiente y un futuro consumidor de este tipo de servicios.

La heterogeneidad de la oferta es uno de los principales problemas del Turismo en Alojamientos Rurales, en el sentido de que

el actual estado de cosas tiende a confundir a una demanda que se caracteriza, fundamentalmente, por buscar un producto claramente diferenciable respecto a la oferta de alojamiento convencional.

Otro de los problemas que deberían ser solucionados es la ausencia de una entidad (organismo público, privado o mixto) que facilite información a cualquier consumidor potencial del Estado acerca de la oferta existente en las diecisiete Comunidades Autónomas. *La difusión de la información y la comercialización a escala nacional e incluso internacional son temas pendientes que deben ser abordados con urgencia si queremos ser competitivos con otros países de nuestro entorno.*

En la resolución de la problemática expuesta, la acción conjunta de todos los interesados en el desarrollo del turismo rural puede ser una buena estrategia de actuación. Algo que ya se intentó en 1991 a través de la constitución de la tristemente fracasada Asociación Española para el Desarrollo Turístico en el Medio Rural (ADETUR). Una idea que merece la pena ser retomada.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BOTE GÓMEZ, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*, Popular, Madrid.
- CELA, C. J. (1970): *Viaje al Pirineo de Lérida*, Alaguara, Barcelona.
- COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL (1989): "Dictamen sobre el futuro del mundo rural", *Boletín de las Comunidades Europeas*, 27-11-89, Luxemburgo.

CSIC (1984): *Encuesta sobre las vacaciones de los españoles en el espacio rural en 1993*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid.

LUIS ALBERTO, A. (1988): *Aproximación histórica al estudio de la Geografía del Ocio. Guía introductoria*, Anthropos, Barcelona.

MAPA (1992): *Iniciativa Comunitaria LEADER. Programa de Desarrollo Rural*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Instituto de Reforma y Desarrollo Agrario, Madrid.

MARTÍN GIL, F. (1993): *Estructura laboral y mercado de trabajo en áreas rurales: la comarca de Sepúlveda*, Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

SORET LAFAYA, P. (1991): "Turismo rural. La red de alojamientos turísticos en casas rurales de Navarra: una experiencia que se amplía y consolida", *Noticias Agrarias*, núm. 43, pp. 51-63, Instituto de Fomento Asociativo Agrario, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.

WENDT, W. CH. (1993): «Afluencia masiva "bajo control": el caso de los Estados Unidos de América», en *Ecoturismo. Criterio de desarrollo y casos de manejo*, ICONA, Madrid.

Notas

- (1) Aquel que practica la población que emigró del campo a las ciudades cuando regresa periódicamente a sus lugares de origen para descansar y visitar a familiares y amigos, es decir, para volver a sus raíces.
- (2) Conviene hacer notar que algunas empresas ofertan productos de dos o de las tres modalidades, pero que también es cierto que los empresarios tienden a especializarse en una de las tres tipologías.
- (3) No incluimos el esquí tradicional por tratarse de una oferta turística comercial consolidada desde hace décadas.
- (4) Tanto por aficionados españoles como extranjeros.
- (5) Asimismo, es frecuente encontrar jóvenes urbanos que se

desplazaron a estos municipios huyendo del modo de vida urbano ("neorrurales") y crearon una pequeña empresa turística.

(6) Nuestro país, al contrario de otros como Francia, Suiza, Estados Unidos o Canadá, no cuenta con legislación que regule la circulación de vehículos motorizados en áreas de montaña. Ésta es una de las razones de que en áreas que por su inaccesibilidad eran hasta hace poco tiempo los últimos refugios de especies animales en peligro de extinción, sea cada vez más frecuente encontrar numerosos aficionados del 4 x 4. Ésta también es la razón de que el Pirineo español sufra una auténtica invasión de vehículos procedentes de Francia, país donde la práctica del 4 x 4 está algo restringida. Algo parecido puede decirse respecto al descenso de cañones, actividad restringida en Francia que fue introducida en el Pirineo a finales de la década de los setenta por deportistas del país vecino.

(7) En investigaciones realizadas en el Parque Nacional de Yosemite (Estados Unidos) se pudo comprobar que el impacto ocasionado en las praderas por grupos de entre 18 y 25 senderistas era grande y proporcionalmente muy superior al generado por grupos menores a diez unidades, de modo que para mantener el impacto en un límite razonable se estableció un máximo de ocho personas por grupo.

(8) Éxito alcanzado después de períodos iniciales en los que no faltaron momentos de incertidumbre acerca de la viabilidad económica de las empresas.

(9) En todas las Comunidades Autónomas ha crecido la oferta de alojamiento en casas rurales en la década de los ochenta, oferta que aumentará considerablemente en la presente década cuando comiencen a ser operativas las iniciativas de los 52 programas LEADER aprobados en nuestro país. El impacto turístico de estos programas queda de manifiesto si consideramos que el 50,6 por 100 de las inversiones totales (33.382,79 millones de pesetas) se destinan a actuaciones orientadas a proyectos turísticos (MAPA, 1992).

(10) La información la hemos obtenido de las guías oficiales publicadas por las diferentes administraciones regionales.

(11) En Andalucía existen varias empresas y organismos que gestionan casas rurales para alquiler o bien alojamientos en habitaciones de viviendas rurales. La más importante es RAAR (Red Andaluza de Alojamientos Rurales, con sede social en Almería), que aglutinaba en 1993 una oferta compuesta por ochenta casas repartidas en las provincias de Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Sevilla y Málaga; trece vivienda que alquilan habitaciones, seis albergues y dos camping-cortijo. En segundo lugar, en cuanto a volumen de oferta, se situaba en ese mismo año la gestionada por el Centro de Iniciativas Turísticas de Alora (Málaga), con un total de veintinueve viviendas para su alquiler total o bien para alquiler de habitaciones.

(12) A la que habría que sumar los Reales Decretos 808/1987 y 1.887/1991 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la legislación regional que regula, entre otras cuestiones, las ayudas a los agricultores para rehabilitación de viviendas destinadas a alojamientos rurales.

(12) Además de estas asociaciones, hoy existen otras muchas cuyos ámbitos de actuación van desde la comarca a todo el Estado, pasando por la provincia y la comunidad autónoma. Entre ellas podemos citar RAAR en Andalucía, ECALTUR en Castilla y León y TURISVERD en Cataluña.

(13) Solamente se ha realizado una recogida de información sobre las características de la demanda a escala nacional y ésta data del año 1983 (CSIC, 1984).

(14) El efecto frontera se da cuando unas comunidades autónomas restringen las actividades mientras otras no. En esta situación, la oferta, y por tanto la demanda, se desplaza a las segundas, produciéndose una pérdida económica en las primeras. El mismo razonamiento puede aplicarse al impacto generado por las actividades en el medio ambiente.