

EL TURISMO ALTERNATIVO COMO UN SISTEMA INTEGRADO: CONSIDERACIONES SOBRE EL CASO ANDALUZ

José Carlos Casillas Bueno*

Ana María Moreno Menéndez*

María de los Ángeles Oviedo García *

Resumen: En el presente trabajo se aborda, desde una perspectiva sistémica, un concepto que hemos recogido bajo el término genérico de turismo alternativo, frente al turismo de masas. El artículo se plantea un doble objetivo: En primer lugar, realizar un análisis teórico de dicho concepto, describiendo los agentes que intervienen en el mismo y los flujos que se establecen entre ellos (físicos, económicos y socio-culturales). En segundo lugar, observar la situación de éste en la Comunidad Autónoma de Andalucía. El turismo alternativo se encuentra en sus primeras fases de desarrollo en esta Comunidad, siendo un campo de amplio potencial. La principal conclusión del trabajo es que debe asegurarse la sostenibilidad de dicha actividad turística.

Abstract: This study deals, from a systematic point of view, about the concept of alternative tourism in opposition to mass tourism. A double aim is presented in the paper: in first place, the setting of a theoretic analysis of that concept, describing its agents as well as the flows intending among them (physic, economic and sociocultural). In second place, a research on the position of alternative tourism in Andalucía. In this autonomous community alternative tourism is in its first steps of development, having reached a wide potential. The main conclusion of the study is to point out the need of making quite sure the possibility of keeping sustainable that tourism activity.

1. INTRODUCCIÓN

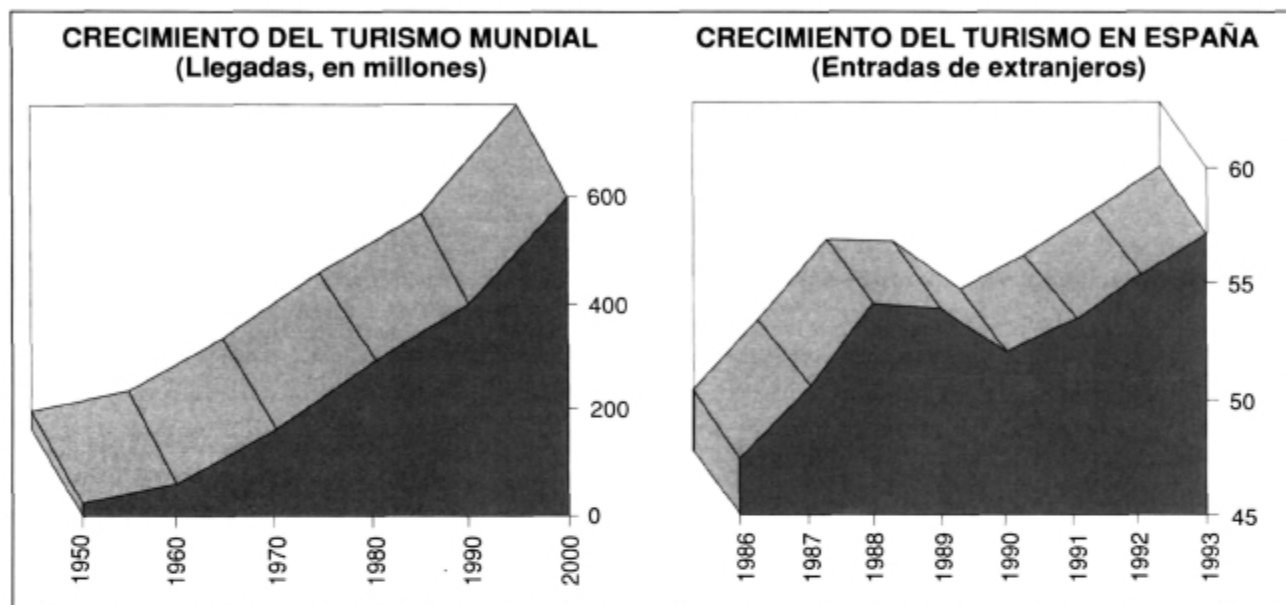
El turismo mundial ha crecido de manera continua desde los años cincuenta hasta nuestros días y parece que va a continuar haciéndolo. En los últimos cuarenta años la actividad turística ha crecido a un ritmo anual del 10,4 por 100, si nos basamos en el número de llegadas internacionales, y del 14,1 por 100 si lo hacemos en los ingresos generados por el turismo internacional. Las previsiones realizadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) han situado la tasa de crecimiento anual de llegadas internacionales en un 4 por 100, hasta el año 2000. Gracias a este fuerte desarrollo, en 1991 el turismo y los viajes aportaron a la economía mundial el 5,9

por 100 del PNB y el 7 por 100 del empleo mundial, según el World Travel and Tourism Council (WTTC).

En España la importancia del turismo es aún mayor. Así, desde el año 86 la entrada de turistas extranjeros ha crecido en un 20 por 100, llegando a una cifra de más de 57 millones de visitantes (véase gráfico 1), independientemente del turismo nacional, y parece que esta tendencia se mantiene. Como vemos, pues, el sector turístico mueve grandes cantidades de recursos y, por la naturaleza de su actividad, mueve además grandes contingentes de personas. (La OMT ha estimado las llegadas de turismo internacional en 476 millones durante 1992.) Este turismo masivo incide de mane-

* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de administración de Empresas y Marketing, Universidad de Sevilla.

Gráfico 1
EL CRECIMIENTO DEL TURISMO



Fuente: *World Tourism Organisation Regional Economic Statistic 1990* y *Anuario El País 1994*.

ra importante en la economía de las regiones o países afectados, pero a su vez puede ocasionar diferentes problemas en las mismas. Mathieson y Wall (1982) señalaban tres tipos de impactos de la actividad turística, impactos económicos (beneficios de turismo, turismo y desarrollo, turismo y estructura económica, influencia en el PNB, etc.), impactos sociales (relación entre turistas y comunidades receptoras, turismo y cultura, etc.) e impactos físicos (turismo y medio ambiente, turismo y salud, impactos del turismo en los ecosistemas, turismo y recursos, etc.).

Si bien los impactos económicos de la actividad turística parecen tener un signo positivo sobre la comunidad receptora, no sucede así con los impactos físicos, que,

como tendremos ocasión de analizar más adelante, suelen ofrecer un saldo negativo. Los problemas que el turismo ocasiona son muy diversos, generalmente derivados de las necesidades de transformación del espacio (Sánchez, 1985), la pérdida de atractivo paisajístico (Nogué, 1989), degradación ambiental, etc. Sin embargo, las posibilidades de actuación sobre éstos se enfrentan continuamente a todo un conjunto de obstáculos y barreras. Siguiendo el modelo expuesto por Butler (Butler, 1991), podemos clasificar el origen de estas barreras en las siguientes:

- a) Escasa sensibilidad ante los impactos medioambientales provocados por el turismo.

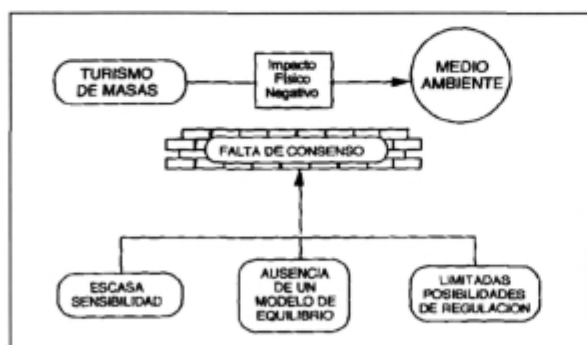
b) Falta de conocimiento sobre el modelo de turismo capaz de compatibilizar un desarrollo sostenible del sector, compatible con el respeto a la naturaleza.

c) El turismo es una industria, por lo que las actuaciones dirigidas a lograr la compatibilidad antes citada han tenido un carácter indirecto.

Todo ello provoca una falta de consenso entre los principales actores de la obra, los organismos internacionales, los estados nacionales, los turistas, los touroperadores, las comunidades receptoras del turismo sobre cada uno de los puntos anteriores. No existe acuerdo sobre los impactos del turismo en el medio ambiente, no existe acuerdo sobre el modelo de turismo capaz de compatibilizar economía y naturaleza y no existe acuerdo sobre el grado de regulación necesario para lograr dicho objetivo (véase gráfico 2).

Gráfico 2

PROBLEMAS DERIVADOS DEL TURISMO DE MASAS



Fuente: Elaboración propia.

La toma de conciencia ecológica por parte de la sociedad influye también en el

turismo desde el lado de la demanda. Así, cada vez más clientes del servicio turístico pretenden lograr ese equilibrio que supone ocupar su tiempo de ocio sin perturbar el orden ecológico natural. Frente al turismo de masas, cada vez más clientes prefieren escapar de los circuitos turísticos tradicionales.

En el presente trabajo pretendemos precisar, desde una perspectiva teórica, los conceptos que estas nuevas formas de turismo están desarrollando. En concreto, proponemos una clasificación de los numerosos términos existentes, así como varias definiciones al respecto. Posteriormente vamos a centrar nuestro análisis en los agentes e interrelaciones que se derivan de este turismo alternativo, entendiendo este último como un sistema final y abierto, y en el que su principal objetivo no es otro que la sostenibilidad o supervivencia del mismo, concepto que requerirá también algunas precisiones previas. Por último, vamos a detenernos en el sistema de turismo alternativo andaluz, concentrando nuestra atención en el turismo localizado en los diferentes parques naturales existentes en Andalucía.

2. CONCEPTO Y TIPOS DE TURISMO ALTERNATIVO

En este sentido están apareciendo nuevas formas de turismo, que podemos encontrar bajo muy diversas denominaciones (véase tabla 1).

Se han realizado algunos esfuerzos con el objetivo de clasificar y estructurar la extensa gama terminológica anterior. Cada uno de los conceptos anteriores lo que pre-

Tabla 1
MODALIDADES DE TURISMO ALTERNATIVO

Turismo alternativo	Turismo de diseño
Eco-turismo	Turismo duro
Turismo ecológico	Turismo blando
Turismo sostenible	Turismo de riesgo
Turismo medioambiental	Turismo de aventura
Turismo natural	Turismo cultural
Turismo verde	Turismo étnico
Turismo científico	Antro-turismo
Turismo rural	Agro-turismo
Turismo de casitas de campo	Turismo arqueológico
Turismo de granjas	Turismo especialista
Turismo salvaje	Turismo de contacto
Turismo de safari	Caravaning
Turismo de campings	Etc.

Fuente: Mowforth, 1993.

tenden es subrayar algún aspecto concreto de un producto o actividad turística determinada, es decir, añadir un atributo al producto turístico, a través de un adjetivo calificativo.

Mowforth (1993) propone varias posibilidades a la hora de jerarquizar los conceptos anteriores. Estamos más de acuerdo con la primera de ellas, la cual distingue entre turismo ecológico, cultural, de aventuras, y

especializado, dentro de un concepto más general como es el de turismo alternativo (véase tabla 2). Hay que indicar que las diferentes categorías no son excluyentes entre sí. De hecho, determinadas modalidades de turismo, como, por ejemplo, el turismo de safaris, pueden ser incluidos en más de una categoría.

Así pues, vamos a considerar que todos los términos pueden englobarse dentro del concepto más general de turismo alternativo, en contraposición al turismo de masas convencional. Entre ambos tipos de turismo existen diferencias significativas en relación al grado de concentración turística, a la estacionalidad, a las actividades de ocio, así como a la propia estructura de la oferta (véase tabla 3).

Es difícil realizar definiciones de los diferentes conceptos que hemos apuntado anteriormente. Sin embargo, creemos necesario, al menos, señalar qué vamos a entender por cada una de las cuatro categorías expuestas.

a) *Turismo ecológico*: Modalidad de

Tabla 2
CLASIFICACIÓN DE MODALIDADES DE TURISMO ALTERNATIVO

NIVEL 1	ALTERNATIVO			
NIVEL 2	Ecológico	Cultural	Aventuras	Especializado
NIVEL 3	Natural Safari Salvaje etc.	Antro-turismo Arqueológico Granjas Rural etc.	Riesgo Safari Deportivo Salvaje etc.	Académico Agrícola Científico etc.

Fuente: Mowforth, 1993.

Tabla 3
DIFERENCIAS ENTRE TURISMO DE MASAS
Y ALTERNATIVO

Variable	Turismo de masas	Turismo alternativo
<i>Modelo</i> Patrón Espacial Escala Propiedad	Costero. Alta densidad. Gran escala. Integrado Extranjero. Multinacional	Disperso. baja densidad Pequeña escala. Doméstico Local, familiar. Pequeños negocios
<i>Mercado</i> Volumen Origen Segmento Actividades Estacionalidad	Alto Un mercado dominante Psicocéntrico-mediocéntrico Agua, playa, vida nocturna Verano	Bajo No hay mercado dominante Allocéntrico-mediocéntrico Naturaleza, cultura No hay estación dominante
<i>Economía</i> Estatus Impacto	Dominio del sector turístico No retención de rñs beneficios	dominio de sectores complementarios Retención de los beneficios

Fuente: Weaver, 1991, citado por Mowforth, 1993.

turismo en el que la naturaleza es el principal protagonista en las actividades de ocio. Entre estas actividades podemos incluir la observación (no científica) y el disfrute del medio natural.

b) Turismo cultural: modalidad de turismo en el que el objetivo fundamental del turista se centra en el conocimiento de la cultura (la antropología, la historia, el arte, etc.), del territorio visitado.

c) Turismo de aventuras: Modalidad de turismo en la que el turista participa de manera activa en el conocimiento (descubrimiento) del territorio visitado. A diferencia del turismo ecológico, la naturaleza es el elemento pasivo, siendo descubierta por el turista. Suele ir acompañado de actividades deportivas y en cierto modo arriesgadas.

d) Turismo especializado: Modalidad de turismo en el que el turista busca profundizar en el conocimiento de un aspecto específico del territorio visitado y en el que es en alguna medida "experto".

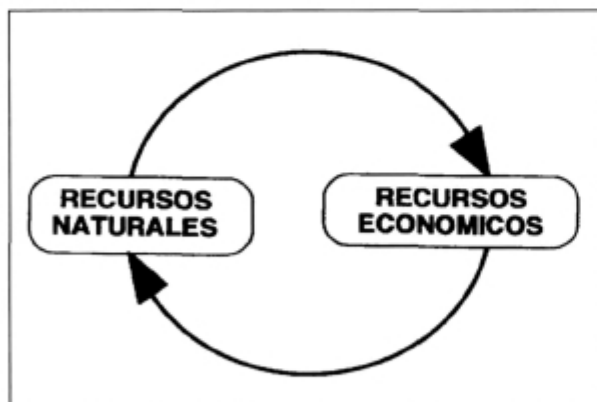
Cada vez más los turistas presentan un interés mayor en actividades relacionadas con el turismo alternativo. Así, según datos de la DGPT, en 1992 un 35,2 por 100 de los turistas españoles realizaron visitas a lugares de especial belleza o valor paisajístico en sus vacaciones, un 24,5 por 100 visitaron espacios protegidos y un 23,1 por 100 dedicaron parte de su tiempo a la observación de la fauna y la flora del lugar. Estas cifras son menores cuando nos referimos a actividades como el escalar montañas, el practicar el senderismo, etc., con sólo un 7,6 por 100.

3. SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO ALTERNATIVO

El principal problema que se presenta a la hora de plantear el desarrollo de un turismo alternativo es el relativo a su sostenibilidad, entendiendo por dicho concepto la capacidad de satisfacer la demanda asegurando un mantenimiento en el tiempo de la oferta. Se trata, pues, de integrar en el tiempo los aspectos técnicos (naturaleza) con los económicos (turismo). En definitiva, se trata de conseguir establecer un circuito cerrado y bidireccional entre naturaleza y recursos económicos (véase gráfico 3). La naturaleza debe crear recursos económicos (a través del turismo), al mismo tiempo que esta actividad ha de ser capaz de contribuir mantener y mejorar la cantidad y calidad de los recursos naturales existentes.

Gráfico 3

LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO ALTERNATIVO



Fuente: Elaboración propia.

Diferentes estudios han concretado las características de esta sostenibilidad en tres aspectos básicos,

- Mejorar los estándares de vida de la comunidad local;
- Satisfacer la demanda de un turismo diferente, y
- Conservar el entorno donde se lleva a cabo esta actividad.

Así, Carter (1991) defiende como requisitos primarios para el desarrollo sostenible del turismo los siguientes:

a) Debe encontrar las necesidades de la población hospedante en términos de mejorar los estándares de vida, tanto a corto plazo como a largo plazo.

b) Debe satisfacer las demandas de un creciente número de turistas y continuar atrayéndolos para así satisfacer el primer objetivo.

c) El entorno debe ser salvaguardado para poder llevar a cabo los anteriores objetivos.

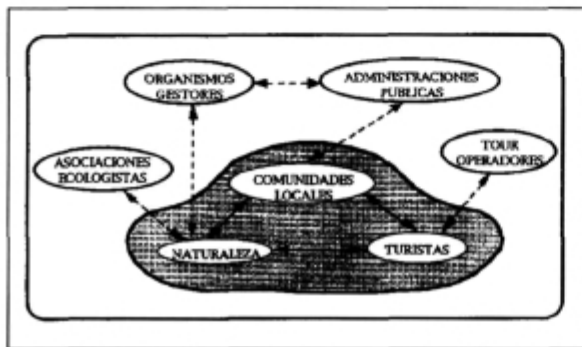
En similares términos se pronuncia Mawford (1993), quien condiciona la sostenibilidad del turismo ecológico "al nivel de ganancia económica de la actividad, suficiente tanto para cubrir el coste de cualquier medida especial, tomada para satisfacer al ecoturista y para mitigar los efectos de la presencia de ecoturistas, como para ofrecer un ingreso apropiado a los inconvenientes causados a la comunidad local visitada".

Como podemos, ver el concepto de sostenibilidad de la actividad turística alternativa descansa sobre tres pilares fundamenta-

les: naturaleza, comunidades locales y turistas. Estos son, en realidad, los protagonistas principales del turismo alternativo. Sin embargo, podemos identificar otros agentes que, de forma más indirecta, pero no menos importante, intervienen en este proceso (véase gráfico 4), que son:

Gráfico 4

EL TURISMO ALTERNATIVO COMO UN SISTEMA INTEGRADO



Fuente: Elaboración propia.

1) *Touropedores*: Aquellas empresas cuya actividad es ofrecer servicios turísticos, dentro de los cuales se incluyen los diferentes tipos de turismo alternativo que comentamos en el apartado anterior.

2) *Las asociaciones ecologistas*: Organizaciones no gubernamentales de diferente ámbito geográfico (local, nacional e internacional) interesadas en la protección del medio ambiente.

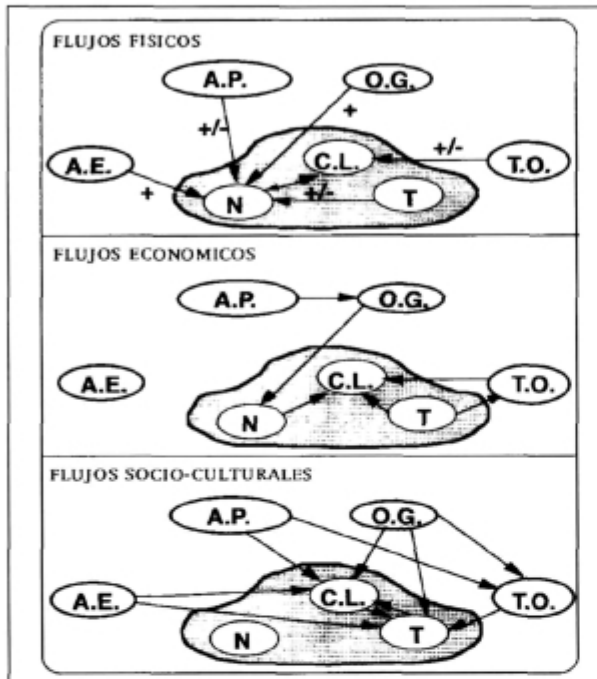
3) Las diferentes administraciones públicas que tienen capacidad para influir en el resto de los agentes del sistema (Organismos de la U.E. y del estado, administraciones autonómicas, locales, etc.).

Si bien existen relaciones entre cada uno de estos agentes con los turistas, las comunidades locales y con la propia naturaleza, podemos considerar que cada uno de los agentes indirectos señalados actúa primordialmente unido a uno de los agentes primarios. Así, las asociaciones ecologistas se erigen en defensores del medio ambiente. Los touropedores, como principales oferentes organizados del servicio turístico, se relacionan principalmente con los turistas. Por último, las administraciones públicas, se encuentran vinculadas estrechamente con las comunidades locales, sobre todo en el caso de los ayuntamientos, diputaciones y comunidades autónomas. Por tanto, cada órgano indirecto se manifiesta, en gran medida, como el representante de uno de los agentes implicados directamente en el proceso. Los ecologistas representan a la naturaleza, los touropedores representan a sus clientes, es decir, los turistas, y las administraciones públicas representan a sus votantes, en este caso, a las comunidades locales.

Como elemento de interfaz entre estos últimos y los espacios naturales no debemos olvidar el papel desempeñado por los distintos organismos gestores de los parques.

Como se puede apreciar en el gráfico 4, existen diferentes interrelaciones entre los agentes considerados. Éstos pueden relacionarse con los tipos de impacto del turismo señalados por Mathieson y Wall (1982), citados anteriormente. A continuación pasamos a describir cada uno de estos flujos de relación:

Gráfico 5
LOS FLUJOS DEL TURISMO
ALTERNATIVO



Fuente: Elaboración propia.

3.1. Flujos físicos

En la actividad turística que estamos considerando, la naturaleza es el elemento que recibe la mayor parte de los impactos físicos (véase gráfico 5). Éstos pueden afectar tanto positiva como negativamente sobre la misma. Las administraciones públicas, los organismos gestores y las comunidades locales pueden influir tanto a favor como en contra del entorno natural. Así, la construcción de una autopista o embalse son negativos, mientras que la declaración de zona protegida lo es positiva. Sin embargo, normalmente el impacto del turismo sobre la naturaleza presenta un saldo negativo,

como han puesto de manifiesto diversos trabajos (Harrison, 1979; Lea, 1988).

Las asociaciones ecologistas sólo pueden actuar en un sentido pro-naturaleza, por su misma filosofía, al igual que los organismos gestores.

3.2. Flujos económicos

Como puede verse en el gráfico 5, sólo existen dos fuentes de recursos económicos. En primer lugar, las administraciones públicas, mediante aplicaciones presupuestarias y a través de los organismos gestores, y en segundo lugar, los turistas, bien directamente o bien a través de los beneficios que éstos proporcionan a los touroperadores y que estos últimos invierten (en una parte) en infraestructura turística en las comunidades locales.

3.3. Flujos socioculturales

Vamos a considerar como flujo sociocultural la transmisión —activa o pasiva— de valores, actitudes, creencias y costumbres favorables a la protección y al uso y disfrute inocuo del medio ambiente. Dentro de esta comunicación activa podemos incluir todas aquellas acciones educativas y formativas al respecto.

Estas acciones tienen tres emisores principales (véase gráfico 5), las administraciones públicas y los organismos gestores por un lado y las asociaciones ecologistas por otro. Los receptores son las comunidades locales y los turistas. Como intermediarios

en este proceso comunicativo pueden participar los touroperadores e incluso las comunidades locales.

Tras este análisis se puede apreciar claramente que la relación entre los elementos naturaleza y turista se encuentra descompensada, puesto que sólo se da en un sentido (turista a naturaleza) a través de un impacto físico negativo. No existe, por tanto, ningún tipo de compensación que equilibre esta situación de agravio. El turista utiliza directamente el medio ambiente como un producto/servicio (consume naturaleza), sin que a cambio éste pague ningún precio que revierta en la misma (como productor del producto/servicio), que le permita eliminar el impacto provocado (cubrir costes) y contribuir a su mejora (obtener un beneficio).

Si bien es innegable que existe un flujo económico positivo sobre la naturaleza a través de los organismos gestores, éste es indirecto. En la actualidad, la mayor parte de los recursos económicos que se invierten en el medio ambiente provienen de las administraciones públicas, a través de asignaciones en sus presupuestos, y que son gestionadas, fundamentalmente, por los organismos gestores. El montante de estas inversiones no está en función del número de turistas que acuden a un determinado entorno, mientras que el impacto físico sí lo está.

Identificadas las principales causas del impacto negativo sobre el entorno natural pasamos a desglosar sus consecuencias más visibles:

1. Deterioro del medio ambiente. Si bien puede pensarse que ésta es la única consecuencia final del turismo alternativo,

creemos que la existencia de este impacto físico negativo del turista sobre la naturaleza es, dentro de ciertos límites, inevitable. Se trataría de procurar que este deterioro fuese reparado a través de alguna vía alternativa, o, mejor aún, que el turista proporcionara al medio natural, unos beneficios o mejoras superiores al daño producido. En este caso el visitante sería rentable para la naturaleza, entendiendo la rentabilidad dentro del modelo expuesto de sostenibilidad, esto es, que los recursos económicos generados por el turista fuesen mayores que los recursos naturales por él consumidos.

2. Los recursos económicos invertidos en la naturaleza no son proporcionales al daño provocado. No existe una relación directa entre el valor del producto/servicio consumido y el precio por él desembolsado por el visitante. No debemos olvidar que no todos los recursos naturales tienen el mismo valor, por lo que el precio también debe ser diferente, en caso de que exista. Considerar este factor implicaría desarrollar una política de diferenciación de precios directos o indirectos, dentro de un intervalo que oscile entre la gratuidad absoluta y la prohibición del turismo (precio infinitamente elevado).

3. No se promueve una conciencia social sobre el valor del medio. El turista, al utilizar un servicio sin contraprestación (precio), es incapaz de valorarlo en su justa medida.

Evidentemente, los efectos anteriores se encuentran íntimamente relacionados. La forma de combatirlos, pasa, sin duda, por la planificación y el control del turismo alternativo.

4. LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO

Como hemos visto, en el turismo alternativo confluyen muy diversos agentes (empresas, administraciones, asociaciones, grupos sociales...), y plantea muy diferentes problemas. Ello obliga, a la hora de proceder a su planificación, a considerar diferentes perspectivas que requieren la colaboración tanto de distintas disciplinas como instituciones (Marchena y otros, 1993). El peso de la coordinación de estos trabajos ha de recaer, lógicamente, en las administraciones públicas, puesto que son éstas las únicas que pueden controlar el cumplimiento y adoptar medidas correctoras de sus desviaciones.

Por su carácter interdisciplinar, la creación y desarrollo de un modelo de turismo alternativo debe situarse en la intersección de tres grandes políticas nacionales. En primer lugar, debe ser congruente con la política medioambiental. Al mismo tiempo, debe encajarse dentro de las políticas turísticas. Y, por último, no debe olvidarse integrar las diferentes acciones que se contemplan en el plan dentro de las políticas de desarrollo local.

Así, el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español se propone como objetivo básico el "establecer las estrategias necesarias para que el turismo consolide su posición como sector económico con fuerte capacidad competitiva, adaptándose a consumidores cada vez más exigentes y atendiendo a los requerimientos sociales sobre su funcionamiento e impactos, con especial atención a los de índole medioambiental"

(SGT, 1992). Dicho Plan promueve un nuevo modelo de relación entre la Administración Estatal, las Administraciones Autonómicas y los diferentes agentes sociales, comunidades locales y asociaciones ecologistas (Antón Clavé, 1992).

Volviendo al plano normativo, todo proceso de planificación del turismo alternativo debe poder desglosarse en dos grandes líneas de actuación. Por un lado, la creación de las infraestructuras necesarias para la minimización de los impactos físicos negativos del turismo, así como para potenciar los diferentes impactos (económicos y socioculturales) positivos. Por otro, la transmisión de valores a los agentes directa o indirectamente implicados en el turismo alternativo.

4.1. Infraestructura

Entendemos por infraestructura aquel conjunto de elementos (materiales y humanos) que dentro del área dedicada al turismo alternativo están destinados a:

1. Reducir el impacto negativo de los visitantes en la zona. Este objetivo se puede lograr actuando sobre dos elementos, la naturaleza y el turista.

- 1.1. En el primer caso se trata de dotar al área turística de elementos materiales que:

- a) Impidan la acción del hombre sobre la naturaleza (vallados, carteles de prohibición, accidentes naturales).

b) Orienten la acción del hombre sobre la naturaleza (papeleras, zonas de descanso, senderos, etc.).

c) Restablezcan las condiciones previas a la visita (servicio de limpieza, de reforestación, mantenimiento, etc.)

d) Prevengan posibles accidentes derivados de las visitas (servicio de bomberos, de salvamento, etc.).

1.2. Respecto a las acciones sobre el turista se incluyen instrumentos que:

a) Muestren al turista el comportamiento correcto a seguir en la zona para reducir al máximo su impacto (folletos, indicaciones del guía, carteles, etc.).

2. Proporcionar oportunidades variadas de ocio adecuadas al objetivo del plan. No debemos perder de vista que se trata de planificar una actividad turística. Esta oferta turística debe cumplir ciertas características básicas:

2.1. *Diversificada*: El turismo alternativo se basa en la utilización poco intensiva del medio; por tanto, debe buscarse la mayor dispersión posible de los visitantes tanto desde una perspectiva temporal como espacial (F. Serrano y otros, 1990).

2.2. *Flexible*: La necesidad de salvaguardar determinadas zonas por diferentes motivos (vedas, reforestación, protección de ciertas especies faunísticas o florales, etc.) puede llevar a distribuir en otras zonas y con diferente oferta el flujo de visitantes.

2.3. *Proporcionar recursos económicos directos*: Consiste en establecer los mecanismos para la obtención de fondos que financien directamente la explotación y conservación del área turística (taquillas, *souvenirs*, etc.).

4.2. Educación

El segundo pilar de la planificación del turismo alternativo consiste en crear, mediante actuaciones educativas, una conciencia respetuosa con el entorno concreto. Se pueden identificar dos colectividades receptoras, los visitantes y las comunidades locales. Los primeros actúan casi siempre exclusivamente como receptores, mientras que las segundas se comportan, por un lado, como receptores y, por otro, como emisores pasivos, mediante la distribución de material elaborado por las administraciones públicas o los organismos gestores.

Esta función educativa puede llevarse a cabo a través de una comunicación personal (boca-oreja) y mediante la utilización de formas de comunicación no personales.

Respecto al primer tipo, las más significativas son las realizadas por los guías, los cuales han de estar lo suficientemente formados e informados del espacio natural específico del que son responsables, y las comunidades locales, provocando un efecto de adaptación. Así, el visitante, al llegar a la zona en cuestión, tiende a conformar su comportamiento según el percibido en los habitantes de dicha comunidad.

En relación a las formas de comunica-

ción no personales podemos clasificarlas en función del medio empleado:

- Medios de comunicación de masas (prensa, televisión, radio...). El receptor de este tipo de comunicación es la población en general. Es un proceso no selectivo, es decir, va dirigido tanto a los visitantes reales y potenciales como a los que no lo son. Puede referirse además a una formación genérica de respeto al entorno natural o a dar a conocer las distintas ofertas de turismo alternativo.
- Medios de comunicación dirigidos a una población objetivo muy concreta (los visitantes) y con un mensaje específico: cómo comportarse durante la visita turística. Esta información con fines educativos puede proporcionarse bien en los puntos de acceso al área o bien en su interior, a través de zonas de descanso e información. Los soportes utilizados pueden ser muy variados, desde la distribución de folletos, la emisión de audiovisuales, la presencia de carteles, etc.

Un aspecto a cuidar, en la planificación del conjunto de las actividades, infraestructuras, medios de información, etc., es mantener la filosofía de respeto al medio ambiente, en el uso de estas tecnologías. Así, deberían emplearse materiales producidos por industrias no contaminantes, por empresas que cumplan unos requisitos mínimos de bajo impacto, etc. Un ejemplo de este espíritu lo encontramos en el siguiente texto incluido en el folleto informativo (realizado

en papel reciclable) del parque de Grossglockner Hochalpenstrasse (Austria):

“...un punto de especial importancia lo han constituido en los últimos tres años medidas ecológicas, como, por ejemplo, la realización de las instalaciones en armonía con el medio ambiente. En muchas de nuestras instalaciones ya han sido utilizadas formas de energía renovables, tales como la tecnología solar, la tecnología fotovoltaica, la tecnología térmica final...”

Por último, creemos fundamental realizar una clara delimitación de las áreas destinadas a turismo alternativo, y, en un segundo nivel, distinguir las zonas de usos diferenciados, que permitan establecer las condiciones de acceso, una vez conocidas la capacidad de carga turística soportable por cada una de ellas, pudiendo llegar a darse el caso de tener que prohibir cualquier actividad temporal o permanentemente.

5. EL TURISMO ALTERNATIVO EN ANDALUCÍA

En el presente apartado nos planteamos conocer la situación de cuestiones tales como ¿existe turismo alternativo en Andalucía?, ¿cuál es su peso respecto a la oferta turística de la región?, ¿existe planificación de este turismo alternativo?, ¿qué papel desempeñan las comunidades locales en este tipo de turismo y de qué forma éste afecta a dichas poblaciones?, ¿qué perspectivas, económicas, sociales y ecológicas ofrece esta actividad?, etc.

Andalucía es, sin duda, una Comunidad que ha acogido tradicionalmente a una gran

cantidad de turismo, por dos razones fundamentales: el sol y la playa, aprovechando los recursos que le ha otorgado la naturaleza:

- Bondad climática.
- Recursos naturales abundantes y diversos.
- Agua (embalses, ríos, litoral...).
- Recursos vivos (flora y fauna).
- Recursos culturales.

De hecho, el turismo de playa, como motivo de viaje, supone el 73 por 100 en Andalucía, frente al 35 por 100 a nivel europeo. Junto a éste, el denominado turismo de la naturaleza alcanza en Andalucía sólo un 7 por 100, muy por debajo del 18 por 100 europeo (AMA, 1992). Estos datos muestran el desaprovechamiento de una gran parte de los recursos turísticos de la Comunidad. Se hace un uso masivo del litoral, cuyas consecuencias, más notables son el gran consumo de espacio y suelo, la concentración estacional en los meses de verano y la agresión sobre el paisaje litoral.

De hecho, a principios de la presente década, la crisis del turismo masivo era ya evidente. Las ventas de inmuebles a extranjeros habían disminuido, el número de visitantes veraniegos estaban descendiendo y muchos hoteles se vieron obligados a cerrar, a la vez que aparecían nuevos competidores (Turquía, Túnez, Marruecos, etc.), y se saturaban las zonas de litoral tradicionales. Podemos decir, por tanto, que el turismo de masas, más que ser un modelo agotado, es-

ta dejando la etapa de crecimiento para pasar a una fase de madurez, donde aquél se ve limitado, y presenta en todo caso un perfil desacelerado. Frente a esto, otras formas de turismo (turismo alternativo), apenas han comenzado su fase de crecimiento, por lo que presentan un enorme potencial de desarrollo.

Las administraciones han tomado conciencia de los cambios producidos tanto en la oferta como en la demanda del producto turístico. Así, un primer paso se dio en 1990, cuando la Confederación de Empresarios y la Junta de Andalucía acordaron un plan de choque para frenar la mencionada crisis, incluyendo medidas como:

- Financiación pública para reordenar la oferta.
- Mayor control de la oferta clandestina.
- Acuerdos con los municipios litorales para mejorar los servicios públicos.
- Plan de formación profesional.
- Creación de una empresa pública y un centro de estudios turísticos.

Posteriormente, el Plan Integral del Turismo en Andalucía (Plan Día, 1992) resaltó la naturaleza de las modificaciones en la oferta y demanda turísticas (véase tabla 4). Fruto de esta toma de conciencia, la administración autonómica se ha planteado como objetivo general en este Plan "el aumento de la rentabilidad social, económica

Tabla 4

TENDENCIAS ACTUALES EN LA VALORACIÓN DEL TURISMO

Tendencias en la oferta	Tendencias en la demanda
Globalización del mercado. Ampliaciones. Accesibilidad. Diversificación de los productos. Aumento de los servicios complementarios. Mayor incremento de la oferta no hotelera. Aumento de la inversión pública en proyectos turísticos. Ocupación de grandes espacios con valores naturales. Reordenación de los espacios saturados. Abandono de la edificación de altura. Ampliación de la escala de precios en los paquetes vacacionales	Mayor valoración del producto vacacional (turismo = necesidad). Crecimiento estable desacelerado. Fraccionamiento de las vacaciones. Mayores niveles de exigencias (calidad). Personalización de las vacaciones. Diversificación motivacional. Progresiva valoración de los elementos medioambientales. Incorporación de estratos de ventas más bajos.

Fuente: Plan Integral del Turismo en Andalucía, 1992.

y ambiental del turismo en Andalucía, a través de su cualificación productiva” (Plan Día, 1992). Como vemos, el fin de la planificación pública del sector turístico andaluz se basa nuevamente, y al igual que el Plan Marco Nacional, en los tres soportes considerados anteriormente: economía, naturaleza y sociedad.

Como desarrollo del Plan se establecen diversos programas relacionados con el medio ambiente: ordenación turística del territorio, investigación y desarrollo turístico, modernización y diversificación de la oferta, mejora de los servicios públicos de uso cotidiano y mejora de los entornos turísticos urbanos. Entre los programas más significativos se encuentra el Programa de Desarrollo Integral del Turismo Rural, cuyos objetivos básicos se centran en luchar contra el proceso de emigración de los municipios rurales, aminorar el impacto ambiental y territorial de los nuevos desarrollos en el medio rural y natural, estimular la rehabilitación de los cascos urbanos de los núcleos

rurales y diseñar nuevos productos artesanales para el turismo.

Podemos decir, por tanto, que existe una planificación consciente de un tipo de turismo alternativo al de sol y playa en Andalucía, cuya oferta pasaremos a analizar en el próximo apartado. No obstante, el desarrollo de estos planes se encuentra aún en sus fases iniciales. Las primeras menciones a este tipo de turismo las encontramos a partir de los años centrales de la década pasada de los ochenta (AMA, 1985 y 1986).

Las comunidades locales ven con buenos ojos las posibilidades que ofrece estas nuevas formas de turismo. Así, en relación al turismo ecológico, un 67 por 100 de las poblaciones que se sitúan en los parques naturales y su área de influencia, considera beneficiosa la declaración de parque natural, por tres razones fundamentales, favorece la conservación de la naturaleza, impulsa el desarrollo económico y facilita la creación de puestos de trabajo. Además, casi un 80

por 100 consideran que el turismo se ve beneficiado con la declaración de parque natural de la zona (véase gráfico 6). En definitiva las comunidades locales afectadas están de acuerdo con la idea de mantener un equilibrio entre el desarrollo socioeconómico y la conservación del medio ambiente (72 por 100) (AMA, 1992)

Las más de cuarenta asociaciones ecologistas existentes en Andalucía juegan, igualmente, un importante papel, el cual es reconocido por las comunidades locales, quienes en su mayoría consideran positiva su actuación.

6. ESTRUCTURA DEL TURISMO ALTERNATIVO EN ANDALUCÍA

6.1. Metodología

Una vez analizadas las características y los requisitos de la gestión del turismo alternativo, nos planteamos si en el ámbito geográfico de Andalucía nos encontramos con este tipo de actividad y si la misma se encuentra suficientemente desarrollada. Pretendemos describir el sistema turístico alternativo en Andalucía. Dada la gran cantidad de posibilidades de turismo alternativo, y de sus posibles localizaciones, era necesario centrar y localizar el ámbito de estudio. Para ello decidimos que era suficientemente significativo enfocarnos en aquellas zonas calificadas legalmente como zonas de especial relevancia medioambiental, en concreto en los diferentes parques naturales, veintidós en total (véase tabla 5). Esto nos permite delimitar espacialmente la investigación.

6.2. Resultados

En primer lugar nos planteamos cuantificar la oferta. Para ello creímos conveniente establecer dos tipos de medidas y ponerlas en relación a otros territorios vecinos, en concreto las demás comunidades españolas (véase gráfico 7). Como puede observarse, Andalucía y Canarias son las dos comunidades con mayor porcentaje de su territorio declarado Parque Natural, así como las que cuentan con mayor superficie de Parque Natural por habitante, relación en la que Andalucía es líder.

Respecto a los turistas, la mayor parte de los datos existentes resaltan el carácter urbano de los mismos, así como la heterogeneidad de sus motivaciones para acudir a este tipo de oferta de ocio. Otro dato que merece la pena destacar es la edad de los turistas, parece que hasta la fecha el turismo alternativo es disfrutado fundamentalmente por el segmento de población más joven (Marchena, 1992).

Respecto a las comunidades locales, entendidas como aquellas cuyo término municipal está total o parcialmente incluido en el área protegida por el parque natural (Gilpérez, 1992), el análisis realizado se ha basado en dos indicadores:

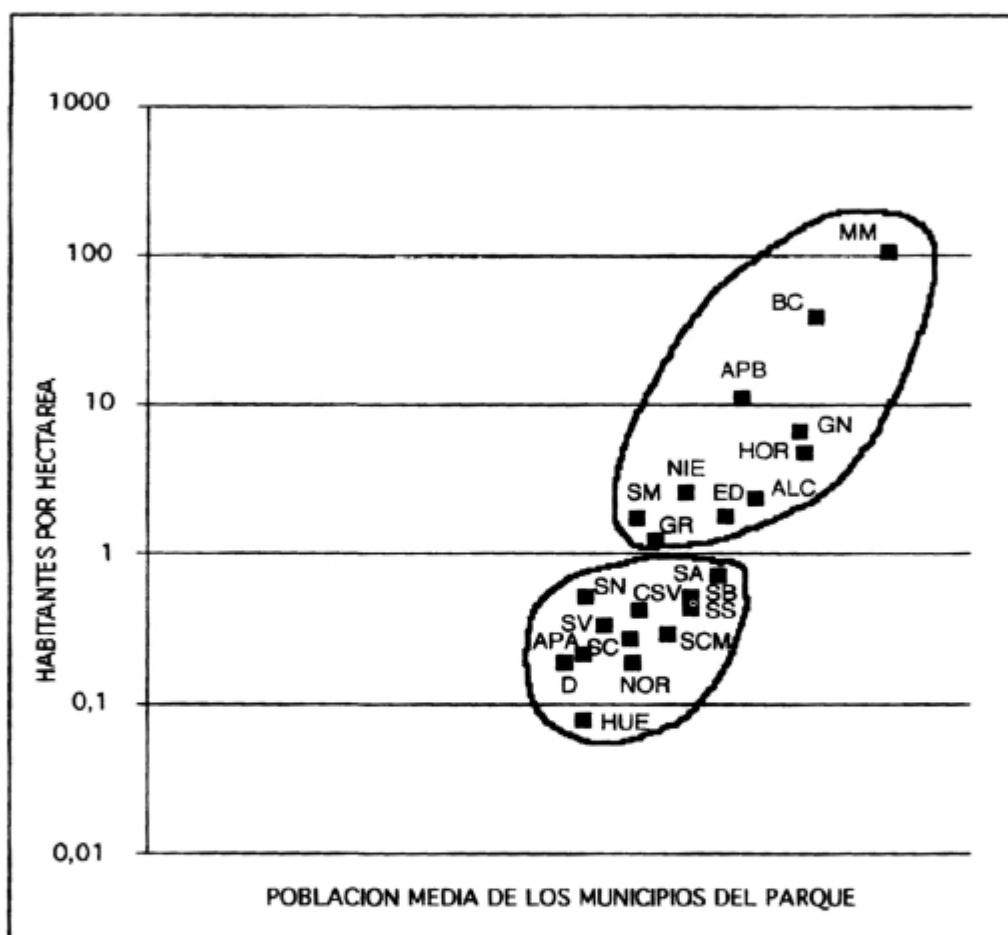
NHH: número de habitantes por hectárea:

$$NHH_i = \frac{\sum_i \text{POBLACIÓN}}{\text{Núm. hectáreas}}$$

TMP: Tamaño medio de las poblaciones de cada parque:

$$TMP_i = \frac{\sum_i \text{POBLACIÓN}}{\text{Núm. poblaciones}}$$

Gráfico 6
COMUNIDADES LOCALES Y PARQUES NATURALES



- | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| ALC: Los Alcornocales. | GN: Cabo de Gata Nijar. | SB: Sierra de Baza. |
| APA: Aracena y P. Aroche. | GR: Grazalema. | SC: Sierra de Castril. |
| APB: Acantilado y Pinar de Barbate. | HOR: Sierra de Hornachuelos | SCM: S. Cardeña Montoro. |
| BC: Bahía de Cádiz. | HUE: Sierra de Huétor. | SM: Sierra Mágina. |
| CSV: Cazorla Segura Villas. | MM: Montes de Málaga. | SN: Sierra Nevada. |
| D: Despeñaperros. | NIE: Sierra de la Nieves. | SS: Sierra Subbética. |
| ED: Entorno Doñana. | NOR: Sierra Norte Sevilla. | SV: Sierra Los Vélez. |
| | SA: Sierra de Andújar. | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
PARQUES NATURALES DE ANDALUCÍA

Parque Natural	Provincia	Superficie (Ha.)
Cabo de Gata-Níjar.....	Almería	26.000
Sierra María.....	Almería	18.960
Acantilado y Pinar de Barbate.....	Cádiz	2.017
Bahía de Cádiz.....	Cádiz	10.000
Los Alcornocales.....	Cádiz-Málaga	170.025
Sierra de Grazalema.....	Cádiz-Málaga	51.695
Sierra de Cardena y Montoro.....	Córdoba	41.212
Sierra de Hornachuelos.....	Córdoba	67.202
Sierra Subbética.....	Córdoba	32.160
Sierra de Baza.....	Granada	52.337
Sierra de Castril.....	Granada	12.154
Sierra de Huétor.....	Granada	12.428
Sierra Nevada.....	Granada-Almería	169.239
Sierra de Aracena y Picos de Aroche.....	Huelva	186.308
Despeñaperros.....	Jaén	6.000
Sierra de Andújar.....	Jaén	60.800
Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas.....	Jaén	214.000
Sierra Mágina.....	Jaén	19.000
Montes de Málaga.....	Málaga	4.901
Sierra de las Nieves.....	Málaga	16.564
Sierra Norte.....	Sevilla	167.653
Entorno Doñana.....	Sevilla-Huelva-Cádiz	56.930

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía.

siendo i cada uno de los parques y j las diferentes poblaciones de cada parque.

Se distinguen claramente dos grupos de parques en función de sus comunidades locales. En primer lugar, aquellos situados muy cerca de grandes núcleos urbanos, cuya función principal es actuar como pulmones de esas poblaciones (NHH y TMP elevados). En segundo lugar, aquellos que, por el contrario, acogen en su seno comunidades de baja densidad poblacional y esencialmente rurales (NHH y TMP reducidos).

Para la utilización del producto turístico, como señalamos anteriormente, es necesari-

rio que exista una infraestructura de hostelería adecuada, como elemento básico de la red de servicios que componen una oferta turística. Como indicamos en el epígrafe 3, las instalaciones hoteleras en el interior o en las inmediaciones del parque deben evitar al máximo su impacto sobre el mismo, por lo que su capacidad debe estar limitada (a diferencia del turismo de masas). En el caso de la oferta de campings, el impacto ambiental es de menor proporción, por lo que es admisible una mayor carga de personas. Aquellos parques próximos a grandes ciudades presentan una oferta mucho más masiva, aunque, eso sí, esta infraestructura se asienta en los límites externos de los parques, sucediendo lo contrario en aquellos

Gráfico 7

PARQUES NATURALES (Comunidades Autónomas)

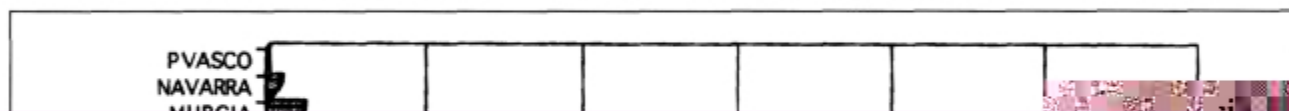


Tabla 6
OFERTA DE TURISMO ALTERNATIVO

	Ecológico	Cultural	Aventuras	Especial
Cabo de Gata-Níjar	Senderismo, cicloculturismo, mirador, vista panorámica	Monumentos, torres	Actividades subacuáticas y acuáticas, ciclomontaña	
Sierra María	Senderismo, excursionismo	Educación ambiental y artesanal	Montañismo, ciclomontaña, espeleología, ala delta parapente	Espeleología
Acantilado y Pinar de Barbate	Senderismo, excursionismo, cicloculturismo, caballo, mirador		Ciclomontaña, ala delta, parapente, vela, windsurf	
Bahía de Cádiz	Senderismo			
Los Alcornocales	Senderismo, caballo		Montañismo, escalada, espeleología, descenso cañones, ciclomontaña	Espeleología
Sierra de Grazalema	Senderismo, cicloculturismo, excursionismo, mirador, vista panorámica	Monumentos, nuseos	Barranquismo, espeleología, montañismo, piragüismo, puenting, parapente, ala delta, ciclomontaña, actividades subacuáticas	Espeleología, viveros, piscifactoría, jardín botánico
Sierra de Cardena y Montoro	Senderismo, excursionismo, cicloculturismo		Ciclomontaña	
Sierra de Hornachuelos	Senderismo, cicloculturismo, excursionismo		Piragüismo, actividades náuticas, ciclomontaña	
Sierra Subbética	Senderismo, cicloculturismo, excursionismo		Montañismo, ciclomontaña, espeleología	Espeleología
Sierra de Baza	Senderismo, excursionismo		Montañismo, ciclomontaña	
Sierra de Castril	Senderismo, excursionismo		Escalada, montañismo, espeleología, ciclomontaña	Espeleología
Sierra de Huétor	Senderismo, excursionismo, mirador		Montañismo, ciclomontaña, escalada	

Tabla 6 (Continuación)
OFERTA DE TURISMO ALTERNATIVO

	Ecológico	Cultural	Aventuras	Especial
Sierra Nevada	Senderismo, caballos, cicloculturismo, excursionismo, pesca, mirador, vista panorámica	Monumentos, museo, arqueología	Escalada, barranquismo, esquí, montañismo, ala delta, ciclomontaña, parapente	Vivero, jardín botánico
Sierrade Aracena y Pinar de Aroche	Senderismo, excursionismo, cicloculturismo, caballo, mirador, vista panorámica, pesca	Educación ambiental y artesanal, monumentos, arqueología, museo	Ciclomontaña, vela, windsurf, remo, espeleología, paseo montaña	Espeleología, vivero
Despeñaperros	Senderismo, excursionismo, cicloculturismo		Montañismo	
Sierra de Andújar	Senderismo, excursionismo, ciclomontaña			
Sierra de Cazorla-Segura-Las Villas	Senderismo, caballo, excursionismo, cicloculturismo, mirador, pesca	Educación ambiental, monumentos, castillo, arqueología, museo	4 x 4, esquí, montañismo, espeleología, escalada, ciclomontaña, ala delta, parapente, activid. náuticas	Espeleología, parque cinegético, jardín botánico
Sierra de Mágina	Senderismo, excursionismo		Espeleología, ciclomontaña, montañismo	Espeleología
Sierra de Málaga	Senderismo, excursionismo, mirador, vista panorámica	Arqueología	Ciclomontaña, paseo montaña	
Sierra de las Nieves	Senderismo, cicloculturismo,		Montañismo, espeleología, ciclomontaña	Espeleología
Sierra Norte	Senderismo, cicloculturismo, caballo, vista panorámica, pesca	Educación ambiental, agroturismo, monumentos, arqueología, museos	Espeleología, piragüismo, ciclomontaña, escalada, actividades acuáticas, paseo montaña	Espeleología, espeleomet.
Entorno Doñana	Senderismo, cicloculturismo, vista panorámica	Arqueología	Actividades acuáticas	Ornitología

Fuente: Marchena, 1991; Gilpérez, 1992; AMA, 1992, y elaboración propia.

1.^o El turismo alternativo puede considerarse como un sistema complejo (al contener muy diferentes elementos y estar éstos muy interrelacionados), lo que hace imprescindible abordarlo desde una perspectiva interdisciplinar, siendo, por tanto, de capital importancia las actividades de coordinación y planificación.

2.^o El turismo alternativo es un sistema final, es decir, busca alcanzar un objetivo, que en este caso se concreta en su sostenibilidad (económica medioambiental y socialmente).

3.^o En Andalucía, el turismo alternativo es una actividad que se encuentra en sus primeras etapas de crecimiento. Las primeras medidas de planificación no las encontramos hasta mediados de los años 80, el nivel de infraestructuras está aún por desarrollar y el grado de conciencia social hacia un turismo no agresivo con la naturaleza está aumentando.

4.^o Desde una óptica normativa creemos que, entre otras medidas, serían beneficiosas.

- Ofrecer una mayor y mejor información sobre los recursos naturales, hosteleros y de instalaciones aptas para la práctica de este tipo de turismo.
- Mejorar y aumentar la infraestructura de servicios existentes (áreas de acampada, refugios, campamentos, etcétera).
- Diversificar la oferta de actividades de ocio, adaptándolas a la exigencia

de sostenibilidad, considerando las características concretas y diferenciadas de cada zona.

- Potenciar aquellas modalidades de turismo alternativo escasamente desarrolladas (cultural y especializado).
- Incrementar la educación ambiental de la población en general y de los visitantes a los parques en particular, incorporando en todos procesos comunicativos mensajes en este sentido.

BIBLIOGRAFÍA

- A.M.A. (1992): "Estudio Sociológico de los Parques Naturales Andaluces", Mimeo. Secretaría del presidente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- A.M.A. (1991): "Medio Ambiente en Andalucía, Informe 1990", Agencia del Medio Ambiente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- A.M.A. (1992): "Medio Ambiente en Andalucía, Informe 1991", Agencia del Medio Ambiente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- A.M.A. (1993): "Medio Ambiente en Andalucía, Informe 1992", Agencia del Medio Ambiente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- A.M.A. (1994): "Medio Ambiente en Andalucía, Informe 1993", Agencia del Medio Ambiente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- ANTÓN CLAVE, S. (1992): "Medio ambiente y política turística. Medidas comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español", *Estudios Turísticos*, núm. 116, pp 5-25.

- Anuario El País*, 1994 (1994), Ed. El País.
- BUTLER, R. W. (1991): "Tourism, Environment, and Sustainable Development", *Environmental Conservation*, vol. 18, núm. 3, Autumn.
- CATER, E. (1991): "Sustainable Tourism in the Third World: Problems and Prospects", *Discussion Paper* núm. 3, Department of Geography, University of Reading, December.
- GILPÉREZ, L. (1992): "Guía Turística de los Parques Naturales Andaluces", *Acción divulgativa*, Ed. Madrid.
- HARRISON, P. (1979): "Inside the Third World", *Penguin*, Middlesex.
- HUÉSCAR, A. (1993): "Nuevo marco conceptual del turismo", *Estudios Turísticos*, núm. 117, páginas 23-48.
- ICONA (1991): *Guía Nacional de Areas e Instalaciones Recreativas en la Naturaleza*.
- IEA (1993): *Andalucía Datos Básicos*, Instituto Estadístico de Andalucía, Junta de Andalucía.
- LEA, J. (1988): "Tourism and Development in the Third World", *Routledge*, London.
- MARCHENA, M. J.; ROSABAL, P. M.; SALINAS, E.; FERNÁNDEZ, B. (1993): "Planificación y Desarrollo del Ecoturismo", *Estudios Turísticos*, números 119-120, pp. 39-58.
- MARCHENA, M.; FERNÁNDEZ, A.; HERNÁNDEZ, E.; VELASCO, A. (1991): "Ocio y Turismo en los Parques Naturales Andaluces", *Documento Turismo*, núm. 1, Ed. D.G.T., Consejería de Economía y Hacienda, Junta de Andalucía.
- MATHESSON-WALL (1982): *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, 1982
- MOWFORTH, M. (1993): "Eco-Tourism: Terminology and Definitions", *Research Report Series*, núm. 1.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1992): *Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda*, Departamento de Economía Aplicada III, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid.
- NOGUE I FONT, J. (1989): "Paisaje y turismo", *Estudios Turísticos*, núm. 103, pp. 25-40.
- WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (1992): "Travel and Tourism". *World Travel and Tourism Environment Review*.