

EL TURISMO RURAL COMO FACTOR DIVERSIFICADOR DE RENTAS EN LA TRADICIONAL ECONOMÍA AGRARIA

Jose Luis García Cuesta *

Resumen: En este artículo se pretende, en primer lugar, presentar el turismo rural como un fenómeno singular que se desarrolla en un espacio concreto, el medio rural, y que puede manifestarse de distintas formas que son sólo la expresión de un mismo hecho. En segundo lugar, se presenta también como una nueva actividad generadora de rentas para un sector primario deprimido y necesitado de la puesta en marcha de medidas legales y económicas que posibiliten un desarrollo económico en el medio rural. Sin embargo, también se plantean algunos problemas que deben ser resueltos para encontrar el equilibrio entre el desarrollo económico y el mantenimiento de los valores y potenciales que se ofrecen. Es necesaria la formación del personal que va a desenvolver estas tareas y la educación en el respeto por la cultura y el medio ambiente de cada zona, a fin de evitar la reproducción de otros modelos cuyos resultados son ya tristemente conocidos.

Palabras clave: Turismo rural, desarrollo económico, formación profesional, educación cultural y medioambiental.

Abstract: Our intention in this article is, primarily, to present rural tourism as a particular phenomenon which takes place in a specific area, i.e. the rural ambit. While this manifests itself in different ways, it is ultimately the expression of the same phenomenon. It is also presented as a new profit generating activity for a depressed sector (Agriculture and Farming) in need of legal and economic measures which encourage and allow for economic development in the rural ambit.

Nevertheless, problems are raised which would need to be resolved in order to achieve a balance between the desired economic development and the maintenance of the traditional values and potential currently offered. We underline the necessity for the training and education of those who would be responsible for undertaking such a project, in both the culture and environmental peculiarities of each region, with the intention of avoiding the reproduction of other models whose results are already, sadly, well known.

Key words: Rural tourism, economic development, professional training, cultural and environmental education.

I. INTRODUCCIÓN

De entre todas las manifestaciones turísticas, quizá sea la desarrollada en el medio rural la que ha despertado mayor interés y experimentado el desarrollo más acusado de los últimos años. Este acontecimiento puede estar motivado por el hecho de que se trata de una experiencia nueva que surge en un momento crucial para el turismo tradicional, que comienza a ser puesto en cuestión en muchos de los aspectos que le definen. Sin embargo, el turismo rural, que nosotros entendemos como aquella actividad

que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado, e íntimamente relacionados con el medio rural, presenta múltiples manifestaciones, lo que ha llevado a algunos a proponer distintos tipos o formas de turismo que se desarrollan en dicho espacio, y que no son, más que distintas manifestaciones de un mismo hecho.

Sin duda también se ha hablado mucho de las posibilidades que plantea el turismo rural como nueva actividad generadora de

(*) Profesor Ayudante de Geografía Humana. Departamento de Geografía. Universidad de Valladolid.

rentas para un sector primario deprimido y muy afectado por reformas estructurales. Pero del mismo modo, la puesta en marcha de medidas legales y económicas para lograr este desarrollo no son suficientes si previamente no se produce un cambio en el modo de concebir este nuevo turismo, tendente a conocer a fondo las características del mercado potencial que presenta. El conocimiento de los recursos que poseemos, las características de la demanda a la que van dirigidos, la formación profesional de unas personas que, en muchos casos, se dedicaban a otras actividades y el respeto por la cultura y el medio ambiente de cada espacio, se presentan como piezas clave a tener en cuenta para conseguir el desarrollo deseado y evitar la reproducción de otros modelos turísticos cuyos resultados son conocidos por todos.

II. CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO RURAL

II.1. Hacia la simplificación conceptual de diversas manifestaciones turísticas que tienen en común el espacio en el que se desarrollan: el medio rural.

En un intento de análisis sobre la incidencia económica y territorial que el turismo rural puede tener en diversos ámbitos locales y comarcales de nuestro país, trataremos, en un principio, de esbozar algunas ideas sobre el concepto de turismo rural que, no por demasiado utilizado, está perfectamente definido. Como veremos a continuación, es mucha la confusión que se

plantea en torno al turismo rural pudiéndose plantear la existencia de uno o varios turismos rurales. Si bien por una parte el turismo rural es la expresión sintética de una serie de manifestaciones en un determinado medio, no es menos cierto que esta diversidad de presentaciones puede llevar a plantearnos la existencia de distintos tipos de turismo, cuando en realidad, todos pueden estar incluidos en un solo apartado genérico: el que engloba todas ellas en el medio rural como ámbito territorial de localización.

El turismo rural, que nace paralelo a las exigencias de una sociedad cada vez más urbanizada, se está convirtiendo progresivamente en un fenómeno masivo para una población que busca los valores vitales que se han perdido en las grandes ciudades. Sin embargo, observamos que en algunos casos comienzan a reproducirse algunas pautas de comportamiento similares a las producidas en el llamado *turismo tradicional*. Para la conceptualización y delimitación de lo que es y comprende el turismo rural, y asimismo, a fin de alertar sobre los graves peligros que se pueden presentar como resultado de una explotación desmesurada de este tipo de turismo, trataremos de exponer algunas ideas sobre una definición de turismo rural y las posibilidades económicas que plantea, así como los riesgos que lleva aparejado.

El turismo rural se presenta como una realidad muy variada y de límites y definiciones algo imprecisos, que denotan a su vez la amplitud de aspectos que intervienen en él. En este contexto, hemos definido el término *turismo rural* como aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el

mercado e íntimamente relacionados con el medio rural. De este modo queremos englobar en un sólo y único apartado todas aquellas manifestaciones que, en ocasiones, se han tratado de diferenciar, queriéndoseles dar una entidad o naturaleza propia que, a nuestro entender, responden a simples apartados o expresiones de un mismo fenómeno. Nos estamos refiriendo, entre otras, a los llamados turismo verde, agroturismo, turismo deportivo al aire libre, algunas expresiones del turismo cultural, el turismo alternativo o blando y otros.

El turismo verde que nace quizás de comparar algunas formas rurales de turismo con las de nieve o turismo blanco, tiene una estrecha relación con la incorporación de criterios ecológicos a la actividad turística y, en general, recuerda que el objetivo prioritario de este turismo son los espacios naturales y abiertos, poco o nada humanizados, hasta el punto de que esta caracterización se solapa con la de turismo ecológico o ecoturismo que algunos entienden como el turismo dedicado a visitar o recorrer espacios naturales protegidos o de especial significación ambiental (Parques Nacionales, Naturales, Reservas de Caza...) y con

rismo, especialmente fuera de nuestras fronteras y auspiciado por el dictamen del Comité Económico y Social de la CEE sobre "Turismo y desarrollo regional", que lo define como "la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales (caseríos, masías, cortijos, pazos, granjas, etc., en España)". Esta, que es posiblemente la forma más difundida de turismo en el medio rural y la que por antonomasia se extiende como generalización de turismo rural, es la que podríamos utilizar como marco de definición para el objetivo que nos proponemos presentar en este artículo: el turismo rural puede convertirse en un importante factor diversificador de la tradicional y dominante economía agraria de la mayor parte de nuestro ámbito rural.

Sin embargo, pretendemos aglutinar todas las manifestaciones y actividades turísticas relacionadas con el medio rural en un sólo apartado, el del turismo rural, al entender que se trata, como ya se ha señalado reiteradamente, de una única realidad con una gran diversidad de manifestaciones. Del mismo modo, tampoco nos parece oportuno hacer una distinción para el turis-

miento con el turismo de masas convencional con implicaciones ambientales muy duras y agresivas.

II.2. Hacia la racionalización y optimización de los recursos y potenciales endógenos.

Las ventajas que, *a priori*, presenta el turismo rural y que podríamos sintetizar en la posibilidad de desarrollar actividades al aire libre, la escasa contaminación, la reducida masificación, el contacto con la naturaleza, la posibilidad de practicar nuevas actividades culturales y deportivas y la participación de otras manifestaciones gastronómicas, se convierten en singulares atractivos que muestran una importante ruptura con el antiguo modelo turístico. Frente a ello, se debe tratar de evitar los problemas inherentes a la explotación de un producto que puede llegar a ser masivo para no repetir las pautas de comportamiento del "turismo tradicional". Se trata, en definitiva, de evitar el impacto ambiental presente en el modelo dominante. Todo ello se plasmaría en una racionalización de ciertas actividades que comienzan a proliferar en exceso, tales como la acampada libre, el acceso a vehículos todoterreno, las hogueras, el uso de lagos y embalses con artefactos a motor, el senderismo no controlado, etc. que debería completarse con una formación educativa ecológica y coherente con lo que se quiere conservar. Esta podría ser una dedicación especialmente destinada a la población residente en el medio rural que, por tradición histórica y cultural, ha mostrado una especial sensibilidad al respecto, además de haber demostrado secularmente que no hay

conservación más eficaz que aquella que crea riqueza para los habitantes que dependen directamente del medio en el que se asientan.

En este sentido, parece oportuno recordar aquí la caracterización que hace la Asociación Castellano Leonesa de Turismo Rural (ACALTUR) que acepta como actividad de turismo rural aquella actuación turística en el medio rural que cumple las siguientes condiciones:

- a) *"Es una actividad productiva tanto desde el punto de vista social como desde el económico que se desarrolla en el marco de una renovación económica, para el medio rural, a través de una economía mixta"*.

Es necesario, y así se ha puesto de manifiesto en un gran número de actuaciones legales desarrolladas por parte de los gobiernos regionales, nacional y comunitario, que el medio rural debe atender de forma rápida a la transformación y diversificación de sus estructuras productivas para evitar una situación de empobrecimiento estructural que se está produciendo y que se manifiesta, entre otros aspectos, en la pérdida de poder adquisitivo de sus habitantes y en la disminución progresiva de efectivos demográficos.

- b) *"Que se desarrolla en el medio rural, entendiéndose por éste, los núcleos de población (que no municipios) con menos de 2.000 habitantes, con tipología física y social adecuadas"*.

Este aspecto podría ser matizado, puesto que si bien la cifra propuesta puede ser ade-

cuada para un tratamiento legal respecto de la aplicación de una normativa sobre turismo rural o la aplicación de medidas económicas para su desarrollo, creemos que no debe ser aplicada con rigidez puesto que correríamos el riesgo de cercenar las posibilidades de desarrollo turístico en algunos ámbitos con grandes potencialidades por el mero hecho de aplicar medidas restrictivas de este tipo. Del mismo modo también cabría potenciar el desarrollo turístico de aquellos espacios que se encuentren en la actualidad con serios problemas económicos vinculados a la reestructuración de sus tejidos productivos, independientemente de que posean una población superior a la señalada anteriormente o puedan disfrutar de ayudas económicas de cualquier otro tipo.

- c) *“Actividad promovida y gestionada por los habitantes del medio o entidades radicadas en él; con plena autonomía de producción, gestión y comercialización del producto”.*

Nos parece de especial importancia la implicación de los habitantes de los núcleos de población o comarcas integradas en los proyectos de desarrollo de sus economías, de tal modo, que sean los propios capitales locales y el esfuerzo de sus gentes los que promuevan las actuaciones que puedan llevarse a cabo para poder aprovechar todo tipo de ventajas que de ello puedan derivarse. La creación de empleo y riqueza, el aprovechamiento de las plusvalías generadas, la gratificación social de un trabajo realizado por ellos mismos, la reinversión de los beneficios en el propio entorno, etc., son algunas de las ventajas que a corto plazo pueden presentarse.

- d) *“Actividad escrupulosamente respetuosa con el entorno natural, social y cultural, que, además, debe contribuir a su conocimiento, protección y conservación”.*

Ya se ha comentado anteriormente la importancia del mantenimiento y preservación a ultranza de aquellos valores medioambientales que se presentan como uno de los principales atractivos del turismo en el medio rural. No debemos olvidar tampoco el mantenimiento y perpetuación de todos aquellos aspectos culturales y étnicos que actualmente se encuentran bastante amenazados por una sociedad en la que priman otros valores más “modernos” y que posee unos mecanismos de difusión tan sutiles y agresivos, que ponen en peligro gran parte de los valores tradicionales (entendidos estos en su sentido étimo, que no queremos confundir con clásicos o antiguos). En este sentido, podemos pensar que las actividades en el medio rural vinculadas al turismo, pueden y deben ser un vehículo de transmisión del conocimiento de la cultura popular desde los lugares en los que se desarrolla. De este modo, lo que se presenta como atractivo turístico, se convierte también en pieza de alto valor cultural y susceptible de ser conservada en la memoria histórica de un pueblo.

- e) *“Que utilice la infraestructura procedente de la restauración de los edificios existentes, o si fueran de nueva construcción que respeten estrictamente la arquitectura tradicional de la zona”.*

En este punto parece obvio aconsejar la utilización de los edificios existentes y el uso de materiales de construcción más co-

munes en la región. El cuidado del paisaje y el entorno en el que se desarrolle cualquier tipo de actividad que se basa en el aprovechamiento de estos aspectos, debe ser especialmente respetuoso con el mantenimiento y conservación de los mismos. Para ello, el primer paso es la reutilización y rehabilitación de los edificios ya existentes, destinándolos a la incorporación de los nuevos equipamientos, antes de cualquier realización de nuevas obras constructivas. Todo ello sin olvidar que las obras de rehabilitación se adaptarán a los materiales, colores y formas de los edificios tradicionales, sin que ello implique necesariamente reducir su funcionalidad.

Por otro lado, y en aquellas áreas que así lo aconsejen, la tipología arquitectónica de los edificios de alojamiento, además de ser la tradicional de la región, puede incorporar mejoras ecológicas en los materiales empleados y en las instalaciones, con objeto de ahorrar energía. De este modo, estaremos en condiciones de conseguir que el desarrollo económico de un área determinada esté en consonancia con la protección del medio ambiente, el cuidado del paisaje y el uso racional de la energía utilizada, aspectos estos que han estado totalmente ausentes en el modelo de desarrollo turístico dominante.

II.3. Hacia la satisfacción de una demanda cada vez más exigente.

Una vez hecha una primera aproximación a la caracterización del turismo rural, planteada la discusión sobre si se trata de un sólo fenómeno con distintas manifestaciones o de cada una de ellas con identidad y caracteres propios, y, finalmente, expuestos los objeti-

vos que debe cumplir una actividad para considerarse como turismo rural, parece oportuno dedicar unas líneas a definir cómo es el perfil del cliente de turismo rural y cuáles son las características de la demanda.

Una primera y singular característica de este nuevo turista y que le hace especialmente interesante desde el punto de vista económico, es que realiza turismo durante todo el año, de tal modo que se rompe la tradicional estacionalidad del turismo convencional vinculado al sol y la playa, si bien es cierto que también presenta una mayor actividad en los meses de verano coincidiendo con el periodo vacacional establecido para la mayor parte de la población. El turismo rural ofrece la ventaja de poderse realizar durante todo el año, ya que no depende tanto del clima, como le ocurre a los llamados turismo de playa o turismo de nieve.

Un segundo aspecto a señalar, es que se observa también un cambio de clientela. Hasta hace unos años, al campo iban aquellos que tenían lazos familiares en el espacio rural. Era el llamado turismo de retorno, vinculado al éxodo rural que se produjo en nuestro país durante la década de los sesenta y principios de los setenta. Este retorno suponía la vuelta al lugar de nacimiento o al menos al de residencia de los padres, aprovechando la existencia de una vivienda donde poder hospedarse, de aquellos que vivían en las principales ciudades industriales que se convirtieron en destino de los emigrantes. La falta de recursos económicos para otro tipo de turismo y el reencuentro con las raíces familiares y culturales eran, entre otros, los principales aspectos en los que se basaba el llamado veraneo de muchos españoles.

En la actualidad la demanda turística ha cambiado sensiblemente y hoy en día aparecen nuevos turistas, predominantemente urbanos, que se consideran amantes de la naturaleza y de los espacios poco saturados como resultado de dos aspectos inherentes a los tiempos actuales: primero, la mayor parte de la población es urbana y, segundo, la vida en las ciudades hace necesaria la búsqueda de espacios abiertos, poco o nada masificados, con una atmósfera limpia y en los que sea posible desarrollar ciertas actividades al aire libre.

Este tipo de turistas, y especialmente los que encaminan su demanda hacia el turismo rural, residen en grandes ciudades y pertenecen a un nivel socioeconómico medio o medio-alto, lo que les permite dedicar una parte de sus rentas a obtener unos valores vitales que, por su trabajo y modo de vida, no poseen en sus lugares de residencia. A los aspectos anteriores debemos añadir que se trata de una clientela, que por su experiencia turística, es muy exigente y demanda unas buenas condiciones de alojamiento y hostelería en los establecimientos hoteleros, lo que a su vez, debe ser encauzado para convertir el turismo rural en un turismo de calidad que no tiene porqué implicar elitismo o elevados precios en sus productos.

III. EL TURISMO RURAL COMO POSIBLE FACTOR REGULADOR DE DESEQUILIBRIOS ENTRE EL MEDIO RURAL Y URBANO

El turismo rural está apoyado fundamentalmente en la actividad agraria de los espacios en los que se desarrolla, ya que son es-

tos ámbitos los que han sufrido menos transformaciones ambientales y paisajísticas, aspecto este que se ha convertido en la actualidad en un elemento clave y definitivo de la personalidad del propio turismo rural. Es, además, esta actividad agraria la que ha contribuido a crear la identidad rural del espacio, ayudando a mantener y conservar sus tradiciones (arquitectónicas, gastronómicas, lingüísticas, artesanales, culturales y étnicas), gestionando los recursos naturales y evitando su degradación y abandono. En contrapartida, el turismo contribuirá al desarrollo económico de las explotaciones agrícolas diversificando sus rentas. Todo ello, sin embargo, no debe nunca permitir que el turismo se convierta en la principal y casi única fuente de rentas, puesto que se debe contemplar como una contribución a la economía rural, pero en ningún modo como un fin en sí mismo. Si lo anterior se produjera, podríamos encontrarnos con una pérdida de esa identidad y diversidad tan necesaria en el mundo rural y que se constituye como la pieza fundamental del producto que tratamos de vender.

En otros ámbitos y ocasiones, se han tratado de regular o normalizar los aspectos que hemos planteado anteriormente con la intención de alertar y evitar que éstos se produzcan. Uno de los casos más significativos y que nos parece digno de ser mencionado, es el de la Asociación Europea Euroter, que nació en 1987 para favorecer una política común de turismo rural. Esta asociación surgió a raíz de una asamblea europea de turismo en el espacio rural, que tuvo lugar en Francia bajo la iniciativa de la asociación francesa TER (Tourisme en Espace Rural) y con el patronato conjunto

de la Comisión de la CE, del Consejo de Europa y de la campaña europea a favor del Mundo Rural. Sus objetivos son dos básicamente:

1. Hacer del turismo una herramienta de ordenación del territorio, de desarrollo de economías locales, de promoción social de los habitantes rurales, de aprecio a los productos locales, de protección del patrimonio cultural y natural y, de esta manera, ayudar a mantener la vida rural en Europa.
2. Desarrollar el turismo rural, verde y alternativo con productos de calidad, a un precio justo para todas las clientelas y en todos los mercados, respondiendo así a las nuevas expectativas de los turistas consumidores de alojamientos, restauración, animación, servicios y ocio.

De estos dos apartados, el que más nos interesa en este artículo es el primero. En él, se enuncian una serie de aspectos de especial interés y relevancia para el buen desarrollo de una actividad llamada a convertirse en un elemento de especial significación en la diversificación económica de muchas áreas de nuestro país. Pero aporta, además, otros aspectos que deben ser tenidos en cuenta para conseguir que el desarrollo económico no se lleve a cabo a cualquier precio, sino que por el contrario, se tengan muy presentes los posibles desequilibrios que pueden derivarse del mismo, de modo que no contribuyan a la transformación de un espacio que debe ser mantenido a toda costa. A todos estos aspectos vamos a dedicar las líneas que siguen.

III.1. Aspectos que caracterizan el factor empresarial y la localización de las instalaciones turísticas en el medio rural.

Como ya hemos comentado en varias ocasiones, el crecimiento del turismo rural es un hecho que se está produciendo con especial relevancia en los últimos años y para su desarrollo se están llevando a cabo importantes actuaciones por parte de distintas instancias de los poderes regionales, nacional y comunitario. Las medidas propuestas hasta ahora, aunque acertadas en la mayor parte de sus postulados, carecen aún de un desarrollo suficiente que debe ser impulsado también desde otras instancias. Sin duda alguna, entre ellas se encuentran los propios afectados a través de sus Administraciones Locales e incluso asociaciones vinculadas al sector.

En el ánimo de todas las actuaciones está conseguir una inyección de recursos económicos a las frágiles economías rurales, en franco declive en la UE, sin caer por ello en la tentación de que el turismo, como "monocultivo", sea la salvación de esas economías agrarias. Se entiende, por el contrario, como una complementariedad de rentas o una diversificación de sus actividades, además de poder convertirse en un instrumento para la supervivencia y revitalización de determinados espacios agrarios, consiguiendo que el beneficio económico del turismo revierta en la población local y no salga de la región en provecho de inversores extranjeros, tal y como ha sucedido en la mayor parte de las actuaciones del turismo de costa.

A diferencia de otras manifestaciones de este sector, en las que se observa una cierta

supremacía de las iniciativas foráneas sobre las locales, en el que nos ocupa, sin duda por las particularidades intrínsecas del tipo de producto o servicios que se ofrecen, el panorama global aparece regido de forma inequívoca por las instalaciones estrechamente vinculadas a las familias y población residente en el lugar, y por tanto, las iniciativas parten, y así debe mantenerse, de los propios habitantes locales. En algunos casos las iniciativas están siendo desarrolladas por gente de fuera y, especialmente, de población residente en grandes ciudades que ven la posibilidad de realizar alguna inversión en el que consideran un sector en alza y con grandes potencialidades de desarrollo.

La práctica totalidad de las empresas son de mediano y pequeño tamaño, y su localización está determinada por la existencia de unas particularidades ambientales y culturales de las que participan. Sin embargo, es preciso señalar que en la actualidad es todavía escasa la existencia de instalaciones hoteleras, al menos, de las características de aquellas que se plantean como modelos dentro de la singularidad del turismo rural y que comentaremos más adelante. Ello es en parte debido a la ausencia de un conocimiento claro y preciso de sus posibilidades reales, a falta aún de una valoración completa de las potencialidades de muchos lugares, de la acogida que puedan recibir por parte de la demanda, del riesgo empresarial dispuesto a ser soportado por las iniciativas privadas que decidan a desarrollarlos y de las posibilidades de rentabilidad a medio y largo plazo.

De ahí que la mayor parte de las inversiones tiendan a concentrarse en el espacio, lo que, en definitiva, pone de manifiesto

que el potencial turístico aparece en buena parte subestimado o, mejor dicho, sometido a una política de usufructo marcadamente selectiva y discriminatoria, que contrapone la situación marginal de unos enclaves frente a la vitalidad de otros, hacia los que se canalizan la mayor parte de los proyectos y actuaciones institucionales.

El ámbito de actuación de estas empresas o la propuesta de sus servicios e instalaciones, en raras ocasiones traspasa los límites regionales o sus provincias limítrofes, lo que hace que, por lo general, su marco de referencia aparezca circunscrito a las posibilidades de un mercado puntual, que adquiere momentos episódicos de revitalización en algunas épocas del año coincidiendo con períodos vacacionales, puentes laborales o fines de semana. Del mismo modo, los clientes provienen fundamentalmente de las capitales provinciales, que son los únicos centros que cuentan por ahora con una capacidad de demanda mínimamente consolidada.

A pesar de todo lo anterior, se ha producido en España un auge reciente e importante de las actividades de turismo rural. En poco más de cinco años hemos asistido a la materialización concreta de una etapa de crecimiento sin precedentes, que en buena parte ha supuesto una ruptura con el turismo de veraneo tradicional, para configurarse como uno de los síntomas más ostensibles de la transformación del espacio rural en todos aquellos lugares que gozan de unas posibilidades y atractivos más sobresalientes y llamativos, en espera de extenderse hacia otros puntos menos señalados pero también merecedores de un conocimiento más exhaustivo.

III.2. Objetivos estratégicos para la conservación y desarrollo de los recursos turísticos en el espacio rural.

Hemos analizado anteriormente algunos aspectos referentes a la caracterización y definición del turismo rural, como manifestación de una nueva actividad vinculada al ocio, y potencial generadora de nuevos recursos para una economía agraria tradicional en el medio rural, que está conociendo grandes transformaciones espaciales y que además lleva aparejada una importante componente social: la pérdida de efectivos poblacionales. Sin embargo, en este apartado queremos llamar la atención sobre algunos aspectos que nos parecen interesantes a fin de evitar la reproducción de modelos turísticos anteriores que han tenido tan nefasta incidencia sobre el medio ambiente y han contribuido a transformar negativamente y de manera irreversible el espacio en el que se desarrollaron. Somos conscientes de la amplia variedad de aspectos que pueden ser analizados en este sentido, sin embargo vamos a centrar nuestra atención en aquellos que, a priori, presentan más susceptibilidad de ser gravemente afectados. En primer lugar, el propio producto turístico en sí mismo, y segundo, la componente medioambiental del mismo, que es, sin duda alguna, el elemento más frágil del sistema.

III.2.1. Algunas reflexiones sobre la calidad de los servicios turísticos

Un primer aspecto que conviene señalar, es que debemos desechar el crecimiento por el crecimiento. Se impone la necesidad de

controlar el incremento de la demanda turística y de la oferta de alojamiento con el fin de evitar la masificación, los efectos especulativos y el deterioro de los recursos naturales y socioculturales. No son muchos los años que llevamos en esta andadura y ya tenemos claros y abundantes ejemplos de la incidencia de estos aspectos sobre algunos lugares. No cabe duda que la demanda se encamina hacia aquellos espacios que presentan un mayor interés, de mejor y más fácil acceso, más próximos a las grandes ciudades, más conocidos o populares entre el gran público, etc., frente a aquellos otros lugares que no presentan una atracción tan acusada. Pero estas diferencias existentes entre todos los puntos de una oferta potencial y la rigidez presentada hasta ahora por la demanda pueden ser encauzadas. La economía, en este aspecto como en otros, nos enseña que la eclosión productiva de un bien no se corresponde en modo alguno con una trayectoria paralela de la demanda, que conserva, en cambio, su atonía tradicional hasta el momento en el que intervienen otros factores que modifican o encauzan esa tendencia (publicidad, fundamentalmente).

La población demandante de servicios turísticos en el espacio rural está experimentando un proceso de diversificación notable, pero tratando de sintetizar, y aún siendo conscientes del riesgo que ello entraña, podríamos establecer básicamente dos tipos: aquella que realiza sus viajes o excursiones coincidiendo con sus períodos vacacionales, generalmente en verano y aprovechando los largos fines de semana o puentes, y, aquella otra que además de aprovechar los períodos anteriores, también suele hacerlo con mayor periodicidad durante los

fin de semana de todo el año y singularmente en los meses climatológicamente menos apacibles, y que se convierten así en los verdaderos artífices de la demanda potencial de este tipo de turismo. Esta última es, además, fundamentalmente una demanda de calidad por su componente cultural media o media alta y con una capacidad económica en la misma línea. Sin tratar de hacer apología de un elitismo mal entendido, tratamos de exponer un aspecto real que debe ser aprovechado para guiar o encauzar algunos aspectos tendentes a mantener los recursos y especialmente los medioambientales. Es bien sabido que algunas actividades que terminan siendo masivas, han comenzado previamente de la mano de grupos reducidos. Pues bien, si somos capaces de dirigir la demanda futura en la misma línea de comportamiento cultural y respeto como ha sido el de los primeros momentos, estaremos en condiciones de asegurarnos la supervivencia de los valores en los que se basa este desarrollo turístico.

Ahora bien, un aspecto especialmente importante que no debemos dejar pasar es el referente a la calidad de los productos y servicios que se están ofreciendo a nuestros visitantes. Salvando las honrosas y encomiables actuaciones de no pocos empresarios turísticos, a los que queremos excluir de estos comentarios, debemos prestar especial atención en aquellas que todavía no cumplen unas condiciones mínimamente aceptables de calidad en el servicio, tal y como sería deseable para mantener y potenciar una actividad económica que está dando sus primeros pasos. Y así, puede decirse que la oferta de alojamiento en casas rurales no logra superar, en muchos casos, un estadio se-

miartesanal, en el que aparecen incluidos la casi totalidad de las pequeñas instalaciones hoteleras dispersas por los distintos pueblos o aldeas, con un área de mercado que apenas excede el ámbito comarcal y, en los mejores casos, el provincial.

Salvando las diferencias existentes entre las instalaciones hosteleras existentes en los núcleos urbanos y aquellas del medio rural, y que están en la propia esencia de las mismas, las segundas cobran carta de naturaleza por su singularidad y tipismo. Pero no debemos confundir esto con la existencia de deficiencias en la calidad del servicio. De todos es conocido que tradicionalmente se ha cuidado más la imagen de las instalaciones turísticas u hosteleras en las ciudades que en los pueblos, contribuyendo a clasificar los establecimientos en función del lugar donde se encuentran. Y así, frente a la intensidad de los cambios ocurridos en las instalaciones hosteleras o los innegables síntomas de modernización que en los núcleos urbanos introducen el desarrollo y perfeccionamiento cualitativo de los servicios, contrasta la imagen estancada y a veces declinante de numerosas instalaciones, fondas, hostales, restaurantes y casas de huéspedes instalados en lugares menos atractivos para la intervención de los grupos que hoy dominan el funcionamiento de la actividad turística. La corrección de estos desequilibrios, se presenta como un atractivo desafío a las nuevas iniciativas turísticas que se desarrollen en el medio rural y especialmente aquellas que cuenten con fondos públicos para su realización.

Si anteriormente hacíamos referencia a la supremacía turística de algunos espacios

frente a otros, independientemente de otras actuaciones que puedan llevarse a cabo, la creación de infraestructuras turísticas se presenta como un elemento clave en la dinamización de esos lugares, ya que entendemos que la existencia de iniciativas particulares lleva aparejada, en la mayor parte de los casos, otras actuaciones tendentes a la atracción de la demanda potencial. Al contrario de lo que sucede en otros sectores económicos en los que la atomización de las instalaciones e iniciativas se presenta como un impedimento para un funcionamiento eficaz, el sector turístico ha estado siempre marcado por el amplio volumen de instalaciones y ello ha contribuido precisamente a su desarrollo. No pretendemos convertir a todos los empresarios agrarios del medio rural en operadores del sector turístico, del mismo modo que, como ya expusimos más arriba, el turismo rural no lo entendemos como una única solución para los problemas económicos de este medio, sino como un aporte económico y una diversificación de sus rentas. En este sentido, creemos que la existencia de suficientes instalaciones turísticas, debidamente equipadas y perfectamente enclavadas, pueden suponer una atracción para los posibles turistas. Del mismo modo, e incluso de manera más significativa que lo anterior, debemos vigilar la distribución espacial o emplazamiento de estas instalaciones de modo que no contribuyan a la masificación de algunos espacios.

La formación y capacitación turística del personal dedicado al turismo rural es una tarea prioritaria, que debe acompañar las actuaciones propuestas anteriormente, si se quiere ofrecer un turismo de calidad. Hasta

el momento presente son varias las actuaciones económicas llevadas a cabo para el fomento y desarrollo del turismo rural, pero sin embargo, entendemos que no se ha prestado la suficiente atención a las medidas para la formación y capacitación profesional de los nuevos agentes turísticos. La colaboración con las Escuelas de Turismo, con las asociaciones profesionales del sector turístico y la creación de cursos y jornadas destinadas a formar y reciclar al personal, pueden ser algunas actuaciones que deben desarrollarse sin que falte una coordinación de todos los agentes sociales implicados en ello.

El turismo rural como nueva manifestación o fenómeno turístico debe mantener su singularidad y elegir una oferta turística artesanal, distinta a la convencional de otros espacios y especialmente diferenciada de la implantada en la costa. En este sentido, además de poder ofrecer un particular emplazamiento y los beneficios de encontrarse en un medio ambientalmente menos transformado, debe prestar especial atención a aquellos factores que le confieren esa singularidad. Se propondrán actividades complementarias en contacto con la naturaleza y el aire libre, tales como todo tipo de cursos de artesanía, agricultura biológica, equitación, cicloturismo, senderismo, rutas didáctico-ecológicas, etc. que se presentan como excepcionales alternativas para ofrecer un producto diferente, variado, atractivo y de calidad porque la clientela está formada por personas amantes de un turismo activo, tanto desde el punto de vista deportivo como cultural. La propuesta de actividades de animación socio-cultural darán lugar a un fructífero diálogo entre la población local y la visitante.

En definitiva, se debe mejorar la calidad de los servicios prestados por los locales ya implantados y ampliar la oferta de alojamiento específicamente rural, sin necesidad de perder el gusto añejo, la familiaridad en el trato y las excelencias de la cocina tradicional. A este último aspecto queremos prestarle especial atención puesto que nos parece un importante valor de la oferta. La utilización de alimentos regionales, la compra directa de productos a los agricultores y ganaderos del lugar, el mantenimiento y conservación de la tradición culinaria de cada comarca o región y la adecuación de los distintos platos a la oferta presentada en la carta de los restaurantes, nos parece una labor importante para ser desarrollada. Nadie duda que la gastronomía forma parte del patrimonio cultural de un pueblo y que por tanto toda la oferta gastronómica debe acomodarse, en la medida de lo posible, a aquella que sea típica de cada región. La potenciación de una gastronomía tradicional y autóctona, debe llevar aparejado, en la medida de lo posible, el compromiso de compra de todos sus ingredientes a los productores locales, con lo que contribuiremos a la generación de nuevas rentas que van a parar a los propios habitantes del lugar y no a otras manos, como sucede en el resto de las actividades turísticas.

III.2.2. La necesidad de preservar el entorno medioambiental

El que hemos considerado como segundo elemento vertebrador del futuro del turismo rural es el mantenimiento y conservación de los aspectos medioambientales. Para ello creemos oportuno traer aquí alguna referen-

cia recogida del "Plan marco de competitividad del turismo español", más conocido como Plan Futures, elaborado por la Secretaría General de Turismo, en el que se presta especial atención al impacto del turismo sobre los problemas de índole medioambiental.

Este plan supone un cambio radical en la política turística española de los últimos 40 años basada en el producto de sol y playa y poco o nada cuidadosa con el entorno y los paisajes naturales sobre los que se soporta el turismo como industria.

Esta nueva sensibilidad medioambiental, sin embargo, puede servir para la aparición de nuevos productos turísticos en los que el territorio español tiene un gran potencial aún no desarrollado, siempre y cuando no se caiga en los mismos errores por especulación, ignorancia o desidia administrativa que tomaron carta de naturaleza en las actuaciones de otros tiempos. Es, efectivamente, en este campo, en el que se asientan las actuaciones a desarrollar en relación con el turismo rural.

Entre los objetivos del Plan Futures están aquellos que tienen una componente medioambiental (el Plan también contempla otros fines sociales y económicos) que consideramos de especial importancia. En primer lugar, se debe lograr un desarrollo turístico respetuoso con el entorno natural y cultural que lleve implícita la conservación del mismo. Del mismo modo, se velará por la recuperación y el desarrollo de aquellas tradiciones presentes en cada lugar y que signifiquen el mantenimiento de sus raíces culturales. Todo ello deberá ir en consonancia

con la revalorización del patrimonio susceptible de uso turístico, de tal manera que, como señalábamos al comienzo, se deban mantener, preservar y reutilizar aquellas antiguas instalaciones que contengan un especial significado por su morfología y estilos arquitectónicos, al igual que se hace, o debería hacer, con los bienes declarados de interés cultural.

En este sentido, se deben llevar a cabo aquellas medidas que se consideren oportunas para facilitar a la población rural y urbana el descubrimiento y comprensión de los valores biológicos y culturales del medio natural y sociocultural de cada espacio, enseñando a los forasteros las excelencias del lugar que han venido a visitar, y a los lugareños a defender con orgullo unos valores que, lejos de considerarse antiguos o pasados de moda, se han convertido en elementos señeros de una identidad cultural.

Son muchas las medidas ya propuestas en otros trabajos para la conservación y adecuación ambiental tanto de las instalaciones turísticas como del medio en general, por lo que no consideramos oportuno traerlas aquí. Sin embargo, sí parece conveniente aprovechar la oportunidad para citar algunas, aunque sólo sea de manera testimonial. Entre ellas nos parecen dignas de mención las actuaciones tendentes a mejorar y racionalizar el uso del agua, la adecuada gestión de los residuos sólidos, el empleo de productos con reducido volumen de envoltorio, el empleo de materiales susceptibles de ser reciclados, la plantación de especies vegetales autóctonas eliminando esa estética mal entendida que nos ofrecen las plantas exóticas foráneas, el empleo de

materiales constructivos autóctonos, la utilización de fuentes de energía renovables, y, en definitiva, todas aquellas medidas que, lejos de presentarse como impedimentos para el buen funcionamiento de los establecimientos, los convierten en lugares especialmente atractivos para una población demandante que los valora en gran medida.

IV. CONCLUSIÓN

Como resultado del desarrollo de las potencialidades por todos conocidas, y dirigiéndolas hacia un aprovechamiento turístico del medio rural, este tipo de turismo puede tener alcances económicos y socioculturales ciertamente importantes en el espacio rural. El aumento de la demanda turística de calidad, contribuirá a diversificar una economía local que en muchos casos poco se aleja de la economía tradicional vinculada al sector agrario y, en consecuencia, provocar un desarrollo endógeno, sostenido y equilibrado. De este modo, tanto el consumo, que debería conducirse hacia los productos locales, como la inversión para la creación de equipamientos turísticos, originarán efectos directos e indirectos de cierta importancia en las estructuras productivas locales y en la generación de empleo. Esta mejora estructural contribuirá al aumento de las rentas patrimoniales así como de los ingresos fiscales que podrían, y así debería ser, contribuir a la reconstrucción del abundante patrimonio inmobiliario tanto público como privado y a la mejora de las infraestructuras.

Pero si son importantes las mejoras económicas que pueden llevar aparejadas las

actividades turísticas en el espacio rural, estas se constituyen como un elemento diversificador de las actividades productivas para los agricultores y ganaderos y la población rural en general, de modo que trate de evitar o frenar su emigración.

V. BIBLIOGRAFÍA

- BAZIN, G. (1991): "Les recherches de l'INRA concernant l'économie rurale des zones de montagne et défavorisées". *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, nº 5, pp. 631-653.
- BOTE GOMEZ, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid. Ed. Popular, 134 pags.
- BOTE GOMEZ, V. (1994): "Conservación y desarrollo de los recursos turísticos del espacio rural", *El Boletín*, nº 14, pp. 6-13.
- CATER, E. & LOWMAN, G. (1994): *Ecoturism*. London. Witley, 230 pags.
- COCOSSIS, H. & NIJKAMP, P. (1995): *Sustainable Tourism Development*. Aldershot. 198 pags.
- CONSEIL DE L'EUROPE (1988): *Le tourisme rural en Europe*. Strasbourg. 39 pags.
- GALIANO, E. (1991): "El turismo rural en España", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 110, pp. 39-46.
- GONZALEZ MARTIN, L. (1994): "Turismo rural en Segovia", en *Turismo rural, I Encuentro Iberoamericano sobre Municipio y Turismo Rural en Segovia (España)*, Segovia, Diputación Provincial de Segovia, pp. 63-72.
- LOZANO PEÑA, A. (1994): "Turismo rural: mito o esperanza del medio rural". *Boletín Económico de Andalucía*, nº 17, pp. 32-42.
- PERNET, F. (1986): *Associations d'activités agricoles et non agricoles. Nouvelles stratégies d'installations adaptées aux zones de montagne et défavorisées*. Grenoble, Institut National de la Recherche Agronomique, 116 pags.
- REGUERO OXINALDE, M. del (1994): *Ecoturismo. Nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Barcelona, Ed. Bosch. 310 pags.
- SECRETARIA GENERAL DE TURISMO (1991): *Plan Marco de Competitividad del turismo español*, Madrid, Secretaría General de Turismo, MTTC.