

Tendencias de futuro para el turismo rural en España

UNA OFERTA DIFERENCIADA

JOSÉ MARÍA DE JUAN ALONSO



La tematización de los recursos turísticos, animación y teatralización -a través de centros de interpretación, museos...-, el turismo de negocios, el ecoagroturismo... en definitiva, las fórmulas para una mayor especialización y diferenciación de la oferta, son algunas de las tendencias que se consolidan de cara al futuro para el turismo rural en España.

Los nuevos museos y centros de interpretación son un reflejo de la creciente animación y teatralización de los recursos. Palloza museo en Los Ancares de León

El turismo rural ha sido uno de los más notorios fenómenos turísticos de la última década en España. Antes de reflexionar brevemente sobre sus tendencias de futuro es necesario establecer claramente las relaciones del turismo rural con otras modalidades turísticas muy relacionadas con él, como son el turismo interior o el turismo itinerante, las cuales también han evolucionado fuertemente en España en esta última década; y que, como el turismo rural, presentan una evolución positiva y diversa de cara al futuro inmediato.

Con respecto al turismo interior, entendido en un sentido amplio, las cifras de movimiento de turistas y los estudios de la oferta indican claramente que está mucho más avanzado en el resto de la Europa turísticamente desarrollada que en España, en proporciones que pueden llegar, según las estadísticas y autores, de 5 a 1. Al referirnos a este turismo interior, nos referimos también tangencialmente, en un porcentaje muy elevado, al turismo itinerante, y más especialmente a aquél que se articula en grupos pequeños y que se desplaza en vehículo individual,

atraído por los recursos de cualquier tipo en el espacio geográfico interior. Las tendencias del mercado apuntan a un crecimiento intenso y sostenido en ambas modalidades.

Todo lo anterior implica de forma natural e inevitable al turismo específicamente rural, y convierte a los espacios interiores y rurales de España en claros espacios de oportunidad de desarrollo turístico. ya que el déficit de alojamiento sigue siendo muy grande, especialmente en las áreas menos emblemáticas y peor conectadas desde el punto de vista de la vialidad y el transporte.

Es previsible que este crecimiento diversificado del turismo rural responda a dos tendencias muy definidas, como viene ocurriendo en los últimos años: una tendencia estandarizada o de gran consumo y una tendencia individualizada o especializada.

En lo que respecta a la primera tendencia, es claro que responde a un segmento muy amplio de la demanda que consume alojamientos rurales en los niveles más básicos de servicio y de precio, ya sean apartamentos u otras tipologías. No nos cabe duda, a partir de la observación de

la realidad, de que hay un creciente segmento de demanda de turismo rural más elástico a la variable precio y menos exigente, a su vez, con la cualificación de los entornos paisajísticos y de las actividades complementarias.

Desde el punto de vista de los niveles de calidad, este tipo de alojamientos responderá, como lo hacen hasta ahora, a una relación calidad/precio muy ajustada y bajos costes de producción. El auge de muy diversas sub-modalidades de turismo interior –cultural, de naturaleza–, intensifica la necesidad de cara al mercado de contar con este tipo de alojamientos en el entorno de los principales micro-destinos o circuitos geográficamente menos afectados por los grandes núcleos urbanos o vacacionales. Esta tendencia se alinea con la necesidad permanente de más alojamientos, de cualquier tipo, en un espacio geográfico interior en el que cada vez se celebran más eventos y en el que cada vez más recursos se ponen en valor.

La tematización es una clave más de segmentación de la demanda de turismo rural y activo

En lo relativo a la segunda tendencia, es cierto así mismo que el turismo rural ha generado una nueva pauta de consumo en lo relativo a los alojamientos rurales y de interior de los denominados de una forma genérica “con encanto” o “con carácter”. Estos alojamientos –como la mayor parte de los incluidos en la marca Rusticae o el Club de Calidad de Casonas Asturianas, por ejemplo– inducen y marcan las tendencias de vanguardia en diseño y servicios de los alojamientos de turismo interior y rural en las categorías más altas.

Normalmente éstos son los establecimientos que se pueden considerar “de referencia” o de prestigio en cada uno de los destinos, y es cierto a su vez que una parte sustancial de ellos se posiciona también como referente de oferta gastronómica en su área de influencia. Del mismo modo, y al estar muy bien identificados por su demanda, es frecuente que los hoteles de este tipo mejor dotados y situados en entornos más aislados, se constituyan en pequeños micro-destinos autónomos o “resorts” rurales, generalmente sin competencia cercana en la misma categoría, y sin acudir a la promoción y publicidad masivas e indiscriminadas para captar clientes. Podemos citar un ejemplo en la Sierra de Alto Rey, donde los alojamientos rurales de

TURISMO DE NEGOCIOS

Desde el punto de vista de los productos concretos, se aprecia otra tendencia a la utilización creciente del espacio rural como espacio para turismo de reuniones profesionales en pequeñas dimensiones, tendencia que se muestra muy activa en el entorno rural cercano a las grandes ciudades. Una parte de la hotelería rural mejor dotada se especializa a su vez en este tipo de demanda, que busca espacios de reunión, aislamiento e inmersión alternativos a los centros de negocios y reuniones tradicionales, y siempre en la exigencia de prestaciones básicas y complementarias de alto nivel. Así mismo, en esta misma línea se aprecian nuevas propuestas de incentivos en el espacio rural, con componentes muy variados, y que aún asoman sólo tímidamente en el mercado español del turismo rural. En la Sierra Norte de Madrid, como en el entorno rural cercano a cualquier otra gran ciudad de España, diversos hoteles complementan su estacionalidad con pequeñas reuniones, aprovechando también la gastronomía estacional como atractivo complementario.

Condempios de Arriba –hotel y apartamentos– funcionan como un pequeño núcleo de ocio y turismo independiente del resto de las actividades cotidianas del área.

Desde el punto de vista terminológico, la diferenciación entre turismo interior y turismo rural sobre este particular es bastante confusa, y de hecho se utilizan con frecuencia indistintamente en espacios de comunicación públicos y privados, lo que contribuye únicamente a aumentar la confusión; también es cierto que ambos tipos de tendencias y alojamientos, en la situación actual, se complementan de cara a la recuperación de la vocación turística de los espacios interiores.

La tendencia temática

Otra de las tendencias notables en el turismo rural es la que podemos denominar a grandes rasgos como la tendencia temática. La tematización de los destinos, itinerarios y mensajes comunicacionales turísticos, en torno a cualquier idea, recurso o eje temático, es uno de los grandes avances conceptuales y productivos del turismo interior en los últimos años. La tematización es una clave más de segmentación de la demanda de tu-

La especialización de los alojamientos rurales será una tendencia inevitable en el futuro. Hotel en una antigua estación de ferrocarril.

Foto: Gracia

El entorno inmediato del Camino de Santiago es tal vez el mejor lugar en el que observar las notables sinergias entre turismo cultural / religioso y turismo rural.

Foto: Joaquín Guijarro





Existe un turista rural muy activo, que demanda alojamientos de menores prestaciones pero adecuados en su localización para la práctica de actividades físico-deportivas.

Foto: Joaquín Guijarro

rismo rural y activo, que se agrupa en torno a determinados gustos temáticos: gastronomía, botánica, micología, fauna, tradiciones rurales, cultura histórica, vías pecuarias, “vías verdes”, alimentos tradicionales, agricultura ecológica, crecimiento personal, ... y toda una serie interminable de segmentaciones de los recursos y opciones temáticas. No hay más que echar una pequeña ojeada a la cantidad de restaurantes rurales cuya programación de otoño gira en torno a la gastronomía de las setas, mezclada con todo tipo de eventos gastronómico-festivos.

En lo que respecta a las relaciones entre turismo rural y turismo cultural, y desde otro punto de vista, el avance imparable del turismo cultural interior está favoreciendo claramente la consolidación de los destinos rurales mejor situados en torno a destinos e itinerarios culturales tradicionales, como ya hemos apuntado anteriormente. Se corresponde con esta tendencia al aumento de los flujos de turismo cultural el que una parte sustancial de éstos exijan una mayor calidad en los componentes de alojamiento y gastronomía, así como una mayor cualificación de ciertos servicios complementarios: guías e intérpretes, información turística, señalización de los recursos... El entorno inmediato del Camino de Santiago es tal vez el mejor lugar en el que observar las notables sinergias entre turismo cultural/religioso y turismo rural, aunque con ciertas desigualdades entre Comunidades.

No puede olvidarse tampoco una tendencia no demasiado masiva aún pero que se centra en lo que se puede denominar de una forma global, aunque incompleta, como “nueva era” o “cultura alternativa”: espacios en el medio rural para el crecimiento personal, gastronomía

natural, salud alternativa y medicina natural, alimentos de producción orgánica, entre otros. La línea de alojamientos de ecoagroturismo que ya tienen una nutrida representación en otros países de Europa se enmarca claramente en esta tendencia, que en España apunta todavía muy tímidamente con algunas docenas de posadas ecológicas, casas de reposo y establecimientos similares, especializados en estos clientes a los que podemos denominar como “alternativos”: La Lobera de Gredos, la Casa Blanca de Lanzarote, Los Madroños de Castellón...

En el apartado de las tendencias gastronómicas, se consolida la gastronomía tradicional con sus aportaciones de sabores fuertes y alimentos originales y autóctonos.

Puede apreciarse así mismo la creciente exigencia del cliente de turismo rural de unas actividades complementarias mejor organizadas y más adaptadas a sus distintos perfiles personales y socio-culturales; lo que da lugar a buen número de empresas especializadas cada vez más profesionalizadas, sólidas y expertas, sin las cuales sería poco viable la extensión de las plazas de alojamiento: Pangea, Hacienda Huella ...empresas que no sólo se conforman con el mercado español sino que hacen exitosas incursiones en los mercados exteriores.

TEATRALIZACIÓN DE LOS RECURSOS

Existen otras dos tendencias menos acusadas que complementan la tendencia temática en el turismo rural: la tendencia a la animación y teatralización de los recursos y espacios, y la tendencia a la interpretación de tales recursos y espacios. Estas dos tendencias surgen como respuesta a la creciente exigencia de ciertos segmentos de la demanda de actividades de turismo y ocio más cualificadas, más creativas y enriquecedoras, y que impliquen un mayor acercamiento a los recursos. Esta tendencia ya está claramente marcada en abundantes destinos de interior, en los que no cesan de inaugurarse itinerarios temáticos, recorridos señalizados guiados y autoguiados, centros de visitantes y de interpretación, pequeños museos y eco-museos, centros de recursos, centros temáticos... y toda una serie de términos, a veces equívocos y no bien definidos, que sólo demuestran la gran inquietud de turistas y visitantes por conocer y disfrutar los recursos rurales. Cuéllar y Peñafiel, con su ruta combinada con otros municipios cercanos “No te pases siete pueblos”, constituyen un ejemplo relevante de esta puesta en valor teatralizada de los recursos culturales “dormidos”.

En el apartado de las relaciones entre turismo rural y turismo de salud, la revitalización del turismo balneario no está exenta de cierta relación con un turismo rural aledaño que complementa la oferta puramente termal o de alojamiento en hoteles-balneario convencionales, como el hotel Tryp Mondáriz, que genera un efecto muy beneficioso en la oferta de turismo rural circundante.

Se aprecia una tendencia a la utilización creciente del espacio rural como espacio para turismo de reuniones profesionales en pequeñas dimensiones.

Como puede desprenderse de una buena parte de lo dicho, la especialización de los alojamientos rurales será una tendencia inevitable en el futuro: la segmentación de la demanda es cada vez más clara, en línea con su especialización temática; y encontramos un espectro muy amplio –y difícil de estudiar– de practicantes de turismo rural. Éstos van desde el turista rural más contemplativo que busca su espacio de relax y que se aísla en establecimientos cómodos y con grandes espacios sociales, a un turista rural muy activo, que demanda alojamientos de menores prestaciones pero adecuados en su localización e instalaciones para la práctica de actividades físico-deportivas.

La cercanía de los espacios naturales protegidos y emblemáticos favorece no sólo a este tipo de oferta más dirigida al turismo activo-deportivo, sino también a la oferta dirigida a la demanda ecoturística y ligada a la observación y disfrute de la naturaleza en sí misma; ésta es una demanda que aún presenta un inmenso potencial de crecimiento en España y que se consolida sin prisa pero sin pausa, en algunos casos, como Cazorla o Los Picos de Europa, tal vez de forma excesivamente acelerada, mientras en otros, como el Maestrazgo turolense, con demasiada lentitud.

Una nueva hospitalidad

Puede afirmarse así mismo que el turismo rural, y también en parte el turismo interior, vienen a rellenar ciertos huecos en el concepto de hospitalidad dejados por la industrialización del turismo convencional, industrial o de producción masiva; si bien es cierto que todavía las reducidas cifras de demanda y la elevada

estacionalidad no permiten la consolidación de este subsector productivo desde el punto de vista empresarial, salvo excepciones. El turismo rural actual tiende claramente a la personalización e individualización de los contactos y procesos con los clientes finales, lo que también se corresponde con una mayor tendencia a la distribución y comercialización directas.

En este terreno, la tendencia más clara es a que se elimine lo más posible la intermediación, especialmente aquella que no aporta especialización, conocimientos ni valor añadido que simplemente “se interpone” entre el proveedor y el cliente.

Los avances en las nuevas tecnologías constituyen un apoyo notable a varias de las tendencias que hemos apuntado, dado que aportan sensibles mejoras en la comunicación e interactividad entre proveedores y clientes, posibilitando la reducción efectiva de equívocos y distorsiones en la comunicación entre ambos, lo que es de gran importancia cuando se trata de presentar y vender productos y servicios de turismo rural especializados y minoritarios.

En la perspectiva de la calidad, la aparición regular de símbolos, marcas y clubs de calidad privados es sólo una demostración de que la demanda de turismo rural, desde su variopinta configuración, necesita de mecanismos y mensajes de orientación sobre el tipo de alojamientos y servicios que quiere contratar, ante la extensa panoplia de tipologías oficiales y marcas de calidad propuestas por las diversas Administraciones.

En resumen, puede decirse que el turismo rural avanza hacia una mayor conciliación entre oferta, necesidades funcionales y motivaciones de la demanda, así como hacia una mayor responsabilidad con el entorno ambiental y cultural, en línea con las evoluciones en la sensibilidad de dicha demanda. La conciliación entre ética y estética en el marketing ambiental del turismo rural será así una de las exigencias del consumidor de turismo rural del futuro inmediato. 🍷



Los establecimientos rurales "con encanto" o "con carácter" han generado nuevas pautas de consumo en el turismo. Hotel en la comarca LEADER de Berguedá.

La gastronomía tradicional puede vertebrar eficazmente una oferta temática de turismo rural. Agrotienda en La Pobla de Segur.